

REVISTA

SIGNATURE



Gia Meier

TRASCENDER CON HERENCIA ARTÍSTICA

Revistas.PeruRadio.net.pe

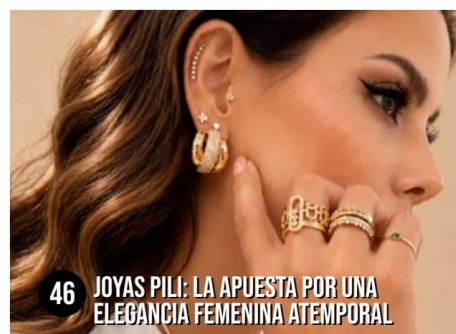
Generación Offline

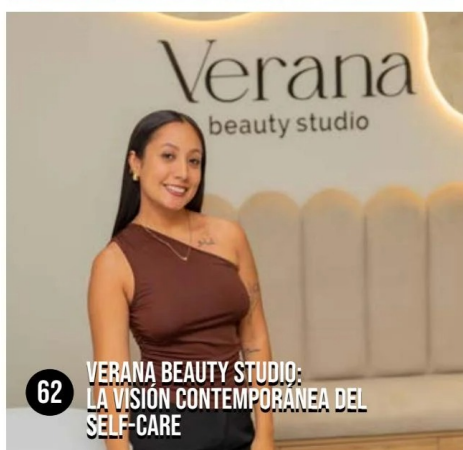
Durante años, el mundo avanzó bajo una idea aparentemente indiscutible: mientras más conectados estuviéramos, más evolucionada sería nuestra sociedad. El celular se convirtió en el centro de nuestras vidas. Trabajamos desde él, compramos desde él, nos entretenemos desde él y, muchas veces, hasta construimos nuestra identidad a través de una pantalla. Pero algo empieza a cambiar silenciosamente. Las nuevas generaciones podrían convertirse en las primeras en rechazar el exceso digital que dominó a sus padres. Paradójicamente, quienes nacieron rodeados de tecnología serán probablemente quienes más valoren desconectarse de ella. Y tiene sentido. Nunca antes en la historia de la humanidad habíamos vivido tan estimulados mentalmente. Miles de videos diarios, notificaciones constantes, conversaciones simultáneas, redes sociales compitiendo por nuestra atención y algoritmos diseñados para mantenernos consumiendo contenido sin parar. Vivimos hiperconectados, pero emocionalmente agotados. La consecuencia de esto empieza a ser evidente: ansiedad, dificultad para concentrarse, problemas para dormir, relaciones superficiales y una sensación permanente de distracción. Muchas personas ya no recuerdan lo que significa estar realmente presentes en un momento sin revisar el celular cada pocos minutos. La atención se ha convertido en el recurso más valioso del siglo XXI. Y precisamente por eso, las próximas generaciones podrían rebelarse contra el exceso de tecnología del mismo modo en que otras generaciones cuestionaron hábitos dañinos del pasado. Así como hoy existe una búsqueda por alimentos más naturales, bienestar mental y estilos de vida más saludables, también comenzará una búsqueda más profunda por recuperar el tiempo, la calma y la conexión humana real. El lujo del futuro no será estar conectado todo el tiempo. Será poder desconectarse. De hecho, ya empiezan a aparecer señales de este cambio cultural. Cada vez más jóvenes hablan de “detox digital”, limitan el tiempo en redes sociales y valoran espacios donde el celular deja de ser protagonista. Incluso algunas personas comienzan a admirar más una conversación auténtica que una vida perfectamente editada en Instagram. Porque las redes sociales también han creado una presión invisible: la necesidad constante de aparentar felicidad, éxito o productividad. Muchas personas ya no viven experiencias para disfrutarlas, sino para publicarlas. Y lentamente las nuevas generaciones están empezando a darse cuenta de ello. La vida digital permanente tiene un costo emocional. Ver a alguien incapaz de dejar el celular durante una comida familiar, una reunión o incluso una conversación importante se ha vuelto completamente normal. Familias enteras comparten una misma mesa mientras cada integrante mira una pantalla distinta. Estamos más conectados tecnológicamente que nunca, pero muchas veces más desconectados emocionalmente que antes. Tal vez por eso el futuro apunte hacia un nuevo tipo de equilibrio. La tecnología no desaparecerá. Al contrario, seguirá evolucionando. Pero el verdadero avance probablemente consistirá en aprender a usarla sin convertirnos en esclavos de ella. Las personas más inteligentes emocionalmente no serán quienes consuman más información, sino quienes sepan cuándo detenerse. Quizá dentro de algunos años, el mayor símbolo de estatus no será tener el último celular, sino tener la capacidad de vivir sin depender de él constantemente. Porque en un mundo obsesionado con las pantallas, recuperar la atención, el silencio y la presencia humana podría convertirse en la forma más moderna de libertad.



Diego
Diego Heyesen
Director

CONTENIDO





REVISTA SIGNATURE

Staff

Director General
Diego Heysen

Editora General
Nataly Vásquez

Subeditora General
Flavia Berckemeyer
Luciana Labrousse
Emilia Laurent

Redactores
Anghelo Basauri
Cesia Herrera
Romina Polti

Fotografía
Alex Dupont
Sebastián Portocarrero
Danilo Meléndez

Columnistas
Camila Bazán
Claudia Moquillaza
Pierina Aste
Melissa Valencia
Ornella Puccio
Karol Boza

Webmaster
Vincent Alarcon

Diseño
Sthefanie Gómez

Redacción y corrección
DSH Media Group E.I.R.L

Contabilidad
Sara Yaya



**Nuestra
Portada**



Los nuevos Audi Q3 y Audi Q3 Sportback redefinen el concepto de SUV compacto premium al combinar diseño dinámico, tecnología avanzada y una experiencia digital pensada para el día a día. Esta tercera generación destaca por su estética más expresiva, con una parrilla Singleframe más amplia, líneas más definidas y una silueta que refuerza su carácter deportivo. En el interior, el concepto Digital Stage integra una instrumentación digital de 11.9 pulgadas y una pantalla táctil MMI de 12.8 pulgadas orientada al conductor, creando un entorno intuitivo, conectado y sofisticado.

Revistas.PeruRadio.net.pe



La innovación también se refleja en su tecnología de iluminación, con faros digitales Matrix LED con microLED que mejoran la visibilidad y proyectan información clave directamente sobre la vía. A ello se suman el sistema de infoentretenimiento basado en Android Automotive OS, aplicaciones integradas y un asistente de voz con inteligencia artificial que transforma cada trayecto en una experiencia más inteligente. Con mayor confort acústico, conectividad avanzada y una versatilidad pensada para la vida cotidiana, los nuevos Audi Q3 y Audi Q3 Sportback confirman su lugar como referentes del segmento compacto premium.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Gia Meier: Trascender con herencia artística

Tras una vida rigurosamente contenida en los códigos de la gimnasia de alta competencia y la moda editorial, Gia Meier rompe la inercia de la imagen fija en Zaca Tv, el fenómeno de streaming donde el caos de la transmisión en vivo se convierte en la herramienta definitiva para reclamar una voz propia, desmarcarse de la herencia artística familiar y demostrar que la verdadera libertad comienza justo donde termina el encuadre perfecto.

Escribe: Nataly Vásquez



E

l estudio de grabación de Zaca Tv funciona bajo una lógica distinta a la de una pasarela o una viga de equilibrio, espacios donde el silencio y la precisión milimétrica lo gobiernan todo. En este entorno de transmisión en vivo, donde la inmediatez desplaza al libreto, Gia Meier ha encontrado el escenario ideal para reconfigurar su relación con la audiencia masiva. Quien fuera una figura definida estrictamente por la perfección de su ejecución física en la gimnasia y el modelaje, hoy habita un formato donde el error y la espontaneidad no solo están permitidos, sino que se transforman en el activo más valioso de su propuesta de comunicación.

El cambio, sin embargo, no ocurre únicamente como una decisión profesional. También responde a una necesidad más íntima: la de mostrarse desde un lugar menos condicionado por la estética y más conectado con quién es realmente. “Siento que tengo mucho más que dar que solamente una imagen. Siempre quise ser escuchada y que la gente me conozca por mi personalidad”, cuenta Gia al explicar qué la impulsó a dar el salto hacia un espacio donde la conversación pesa más que el encuadre. Este tránsito de la imagen fija al flujo constante del micrófono marca el inicio de una etapa madura para una creadora que busca consolidar un espacio propio en la escena del entretenimiento digital durante este 2026.

La deconstrucción del encuadre perfecto

Pasar de un mundo donde todo se controla con la mirada al ritmo acelerado del streaming cambia por completo las reglas del juego. Durante años, la vida de Gia dependió de la precisión de la gimnasia y el modelaje, dos disciplinas muy exigentes donde el error no está permitido. Ese perfeccionismo extremo, en lugar de protegerla, terminó siendo una barrera que la mostraba ante el público como una imagen impecable pero lejana. El verdadero

reto en Zaca Tv no tiene que ver con la tecnología del estudio o los micrófonos; el desafío real es aprender a soltar el control y aceptar que, en vivo, la magia aparece cuando las cosas no salen perfectas.

Ella misma reconoce que ese tránsito ha implicado desmontar hábitos profundamente arraigados. “Yo era una persona extremadamente perfeccionista. En gimnasia y en moda sentía mucha presión de ser perfecta porque todo lo que hacía tenía que verse perfecto”, admite. Pero el streaming le obligó a convivir con una dinámica completamente distinta, donde la conexión emocional pesa más que cualquier ejecución impecable. “Lo que más importa y siento que la gente más valora es la autenticidad. Es un lugar donde te permite no ser perfecto”, explica. Lo que antes parecía un riesgo —mostrar vulnerabilidad o improvisar— hoy se convierte en una herramienta de cercanía.

Estar al frente de un podcast implica convivir con el desorden de una charla improvisada, un terreno donde los libretos aburren a una audiencia que busca conectar de verdad. En la pantalla, mostrarse real y transparente genera un lazo mucho más fuerte que salir bien en una foto. Al bajarse del podio de la ejecución perfecta, Gia logra sintonizar con una generación cansada de los filtros de las redes sociales y de las realidades de fantasía. Aceptar que la vida también tiene sus momentos caóticos funciona como un desahogo, logrando que su personalidad gane por fin la batalla contra la rigidez de la cámara.

El peso de la herencia y el trazo propio

Hacerse un nombre propio cuando vienes de una familia con una gran trayectoria en el mundo artístico no es un camino sencillo, y menos cuando tus padres son Christian Meier y Marisol Aguirre, figuras que han marcado pauta en la escena cultural. Lejos de negar sus raíces o inventarse una rebeldía falsa, Gia prefiere ver el peso de su apellido como un impulso y no como una carga.

La conversación sobre legado aparece sin tensión ni necesidad de distanciamiento artificial. “Me gustaría que me recuerden como alguien que logró abrir un camino propio, pero nunca quitándole el mérito a mis papás, porque yo no sería quien soy sin ellos”, afirma. La admiración por el oficio de sus padres convive con una búsqueda personal donde el streaming aparece como un territorio nuevo, uno que le permite explorar un lenguaje distinto sin desprenderse de la disciplina heredada. El podcast representa, precisamente, ese punto intermedio entre tradición y reinvención: una plataforma donde puede probar nuevas formas de comunicación sin romper con aquello que la formó.

La credibilidad en el entorno digital no se hereda; se construye todos los días ganándose la atención de un público que no regala nada. En un mar de contenidos que se parecen demasiado entre sí, la honestidad se vuelve una herramienta de permanencia. Gia no busca pelearse con los estereotipos ni convertir su discurso en una declaración permanente; prefiere hablar desde la experiencia propia para invitar a otros a sentirse cómodos fuera de los moldes. Su apuesta parece más silenciosa, pero también más sólida: demostrar que la autenticidad tiene más peso que la tendencia del momento.

La vigencia del oficio detrás del micrófono

El valor de un proyecto en internet no se mide por los números de una semana, sino por la capacidad de quedarse en la cabeza de las personas. Antes de que empiece la música de introducción en Zaca Tv, la energía del equipo en el estudio es clave para romper el hielo y afilar los reflejos de cara a un programa donde no hay opción de editar ni borrar lo dicho. Ese ritmo se aprende compartiendo la mesa con gente que domina el formato, un ejercicio donde la rapidez mental y la intuición reemplazan la rigidez de cualquier guion. Las mejores conversaciones del programa nacen así, rebotando ideas en el momento.

Las redes sociales suelen confundir un momento de fama con una carrera sólida. Gia tiene claro que para mantener los pies sobre la tierra hay que trabajar todos los días sin creerse el espejismo de las oportunidades fáciles. Una frase heredada de casa aparece como recordatorio constante: el reconocimiento nunca reemplaza al oficio. Como ella misma recuerda a partir de un consejo familiar, la exposición no garantiza permanencia y el verdadero reto está en sostener el trabajo cuando el entu-



“

Me gustaría que me recuerden como alguien que logró abrir un camino propio, pero nunca quitándole el mérito a mis papás, porque yo no sería quien soy sin ellos”





siasmo inicial desaparece.

Más allá de métricas, tendencias o conversaciones virales, Gia insiste en una idea que sostiene buena parte de su manera de comunicar. “La gente siempre va a decir cosas, pero mientras sigas con tu esencia y tengas confianza en ti mismo, lo de afuera no debería definirte”, sostiene. Esa filosofía atraviesa también su relación con la exposición pública: entender la visibilidad como una herramienta y no como un destino.

El podcast se ha convertido en su laboratorio personal, un espacio donde se atreve a actuar, cantar y experimentar nuevas herramientas creativas sin el miedo constante a equivocarse. El micrófono ya no es un objeto frío sobre la mesa; es el lugar donde demuestra que se puede ser libre, divertida y real sin rendirle cuentas a una perfección visual imposible de sostener.

Al final de la jornada, cuando las luces del estudio se apagan y la transmisión termina, queda claro que el verdadero éxito no se mide únicamente en reproducciones ni en el ruido de las tendencias. Gia ha entendido que la relevancia en el entorno digital exige una constancia silenciosa, heredada de la disciplina de sus padres, pero adaptada a un lenguaje completamente suyo. Su paso por el podcast no funciona como un intento por encajar en el molde del momento, sino como el laboratorio donde se permite experimentar, equivocarse y descubrir nuevas facetas creativas. En un entorno saturado de discursos idénticos y apariencias calculadas, su voz empieza a consolidarse no por buscar aprobación inmediata, sino por algo mucho más difícil de sostener: aprender a ser auténtica frente a una audiencia que cambia todos los días.



Entrevista:
Nataly Vásquez

Fotografía:
Revista Signature

Make up:
Christian Matta

Peinado:
@azul_makeup15

Styling:
Lima Bonita

Accesorios y calzado:
Butrich

Locación:
Double Tree by Hilton, San Isidro





Julio Pérez-Novoa: La mirada que reordena CasaCor desde adentro

En la conversación con Julio Pérez-Novoa, asumir la dirección de CasaCor deja de sentirse como un nombramiento y empieza a leerse como un punto de continuidad. Su vínculo con la plataforma no es reciente, pero tampoco está anclado en la repetición. Hay una decisión que se toma desde adentro, con conocimiento del recorrido y con una intención clara de ajustar lo que ya existe sin forzar una ruptura.

Escribe: Nataly Vásquez

Una herencia que no se replica

Julio no entra a CasaCor como quien inicia desde cero. Desde 2008 ha estado cerca de una estructura que fue tomando forma con el tiempo, bajo la dirección de Verónica Torres de Haaker y Elena Benavides. Lo que recibe no es solo una plataforma consolidada, sino una forma de trabajo que ha sabido sostenerse más allá de lo expositivo.

Su decisión de asumir este rol no responde a un impulso, sino a una lectura precisa del momento. Hay una intención de continuidad, pero también una necesidad de ajuste. No se trata de cambiar el rumbo, sino de afinarlo. En ese proceso, aparece una idea que atraviesa su gestión: la dirección de CasaCor como ejercicio de precisión, donde cada decisión suma a una lectura más clara de lo que significa diseñar hoy.

Diseñar sin distraerse con la tendencia

Hablar de estética, en este contexto, no pasa por seguir lo que está en circulación. Julio plantea una distancia frente a lo inmediato y propone algo más exigente. La arquitectura contemporánea en Perú no puede sostenerse solo en lo visual si no está respaldada por una idea que le dé sentido.

En CasaCor, esa postura se traduce en espacios que responden a formas de habitar, no a imágenes. La relación con la luz, la ventilación, los materiales y el entorno deja de ser un recurso decorativo y se convierte en una base. Hay una intención de conectar con lo local sin perder relevancia en una conversación más amplia. No desde la referencia evidente, sino desde decisiones que se sostienen en el tiempo.

El criterio como responsabilidad silenciosa

Dirigir una plataforma como CasaCor implica decidir qué entra y qué queda fuera. Julio no lo plantea como un acto de autoridad, sino como una consecuencia de coherencia. El criterio no se impone, se construye, y en ese proceso hay una exigencia que no se negocia.

No todo vale, y decirlo no genera incomodidad, sino claridad. La curaduría en diseño y arquitectura aparece como un filtro necesario para evitar que la propuesta se diluya en estímulos sin profundidad. Cada espacio debe sostener una idea, entender el diseño como un sistema donde todo está conectado y no como una suma de elementos aislados.

Al mismo tiempo, hay apertura. La dirección no se ejerce en solitario. Se alimenta de los profesionales que forman parte de la muestra, de sus pro-





cesos, de sus formas de pensar el espacio. Esa tensión entre convicción y escucha es lo que termina definiendo el tono de esta etapa.

Cuando la forma se convierte en lectura

Pensar en lo que queda no implica proyectar una edición específica. Julio se mueve en otro plano. Lo que busca no es que esta etapa sea recordada por un montaje puntual, sino por una forma de entender el valor de lo que se construye.

En ese sentido, la plataforma cultural CasaCor se aleja de la idea de vitrina y se acerca a la de espacio de influencia. Un lugar donde diseñadores y audiencias pueden revisar cómo se habita, cómo se proyecta y qué decisiones están detrás de cada espacio.

La intención no es cerrar una conversación, sino sostenerla en el tiempo. Que el diseño deje de ser solo una respuesta visual y se convierta en una herramienta para pensar mejor. Esa es, en el fondo, la dirección que Julio propone, una que no necesita imponerse para hacerse visible.

Private View CASACOR 2026





CASACOR Perú: La edición que redefine la experiencia del diseño en Lima

Hay momentos en los que una plataforma deja de expandirse para empezar a redefinirse. En su edición número 31, CASACOR Perú no solo cambia de sede ni amplía dimensiones: cambia de lógica. Por primera vez, la muestra se construye íntegramente desde el origen dentro del Jockey Club del Perú, marcando un punto de inflexión para una de las plataformas más influyentes de arquitectura, interiorismo y diseño en América Latina.

La sensación ya no es la de entrar a un espacio adaptado temporalmente, sino la de recorrer una estructura pensada para que cada transición, cada pausa y cada relación con el entorno tengan sentido dentro de una experiencia mucho más integrada.

Escribe: Nataly Vásquez

Una ciudad dentro de otra

Durante años, CASACOR Perú desarrolló una relación casi intuitiva con la ciudad. Recuperó casonas, resignificó edificios olvidados y convirtió espacios en pausa en escenarios culturales temporales. Esa memoria sigue presente, pero esta edición propone otra conversación. La construcción de un recinto propio no responde únicamente a una necesidad operativa. Hay detrás una intención mucho más precisa: controlar la experiencia desde el inicio y construir una narrativa espacial coherente en todas sus capas.



El recorrido cambia justamente por eso. Los ambientes ya no aparecen como piezas independientes que compiten entre sí, sino como parte de una secuencia donde el visitante deja de consumir espacios para empezar a habitarlos momentáneamente. Bajo el concepto “Mente y Corazón”, la muestra plantea una lectura contemporánea sobre cómo vivimos, trabajamos, descansamos y nos vinculamos emocionalmente con los entornos que construimos.

Dentro de esos más de 11 mil metros cuadrados, la conversación se mueve constantemente entre distintas escalas. Hay lofts, jardines, instalaciones conceptuales, espacios de bienestar y propuestas donde la arquitectura efímera deja de sentirse temporal para adquirir permanencia emocional. Lo interesante es que nada parece pensado únicamente para impresionar. Existe una búsqueda clara por generar

relaciones más naturales entre diseño, paisaje y experiencia cotidiana.

La sofisticación de incluir

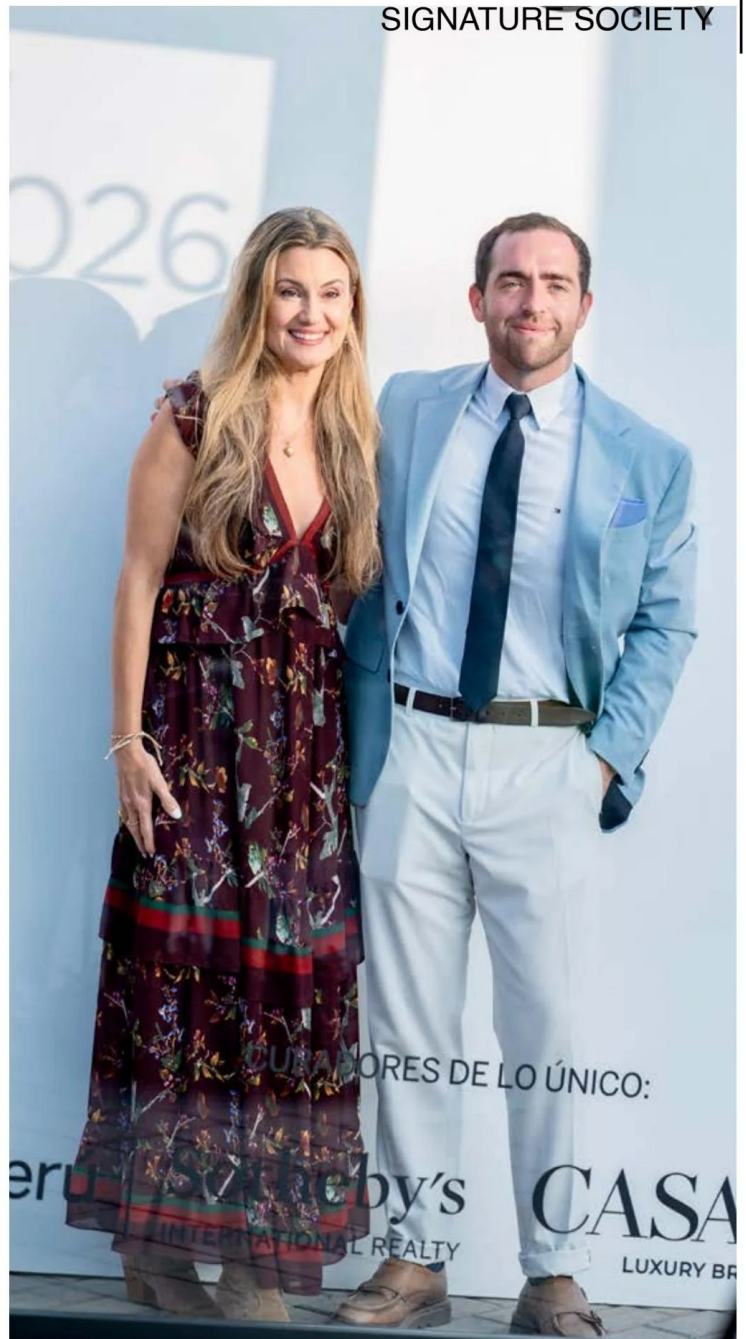
En una industria donde muchas veces la exclusividad se confunde con distancia, esta edición introduce una decisión que modifica el sentido completo de la muestra: convertirse en una experiencia 100% accesible para personas con discapacidad motriz y auditiva. Y aunque podría mencionarse como un dato técnico, en realidad funciona como una postura cultural mucho más profunda sobre el futuro de la ciudad y de los espacios que habitamos.

La accesibilidad aquí no aparece como añadido ni como discurso paralelo. Se integra desde la estructura misma de la experiencia. Eso cambia la manera en que se entiende el diseño. Ya no basta con que un espacio sea visualmente atractivo o con-

ceptualmente sofisticado. También necesita ser habitable, comprensible y abierto a distintas formas de recorrerlo.

Esa lógica dialoga naturalmente con la presencia del Centro Ann Sullivan del Perú, institución vinculada históricamente a CASACOR y que esta vez adquiere una relevancia todavía más visible dentro del recorrido. La participación del centro no se limita a una presencia simbólica ni a una colaboración lateral. Forma parte del núcleo emocional de la muestra y refuerza una idea que atraviesa toda la edición: el diseño también puede construir vínculos sociales reales.

El reconocimiento a Liliana Mayo, junto al trabajo silencioso de voluntarios y colaboradores que acompañaron el crecimiento de la institución durante décadas, introduce una dimensión distinta dentro



de una plataforma asociada tradicionalmente al lujo y la innovación. La sensibilidad aparece aquí no como un gesto decorativo, sino como parte estructural del proyecto.

Cuando el diseño deja de ser decorativo

CASACOR siempre funcionó como una vitrina para la industria, pero reducirla únicamente a eso hoy parece insuficiente. Lo que sucede dentro de la muestra tiene más relación con observar hacia dónde se mueve nuestra idea contemporánea de bienestar. La tecnología, la sostenibilidad, la biodiversidad y las nuevas dinámicas urbanas aparecen integradas con bastante naturalidad dentro del recorrido.

La participación de la Asociación Pro Jardín Botánico de Lima, por ejemplo, desplaza la conversación hacia la relación entre ciudad y naturaleza desde una pers-

pectiva mucho menos ornamental. El jardín de biosonificación lleva todavía más lejos esa exploración al integrar tecnología y paisaje en una experiencia sensorial que evita caer en el espectáculo fácil. Incluso la incorporación del programa de adopción de mascotas de la Municipalidad de Santiago de Surco introduce una lectura distinta sobre convivencia urbana y responsabilidad colectiva.

Hay también una madurez visible en cómo la muestra entiende hoy el lujo. Durante mucho tiempo, el diseño latinoamericano buscó validarse a través del exceso visual o la espectacularidad inmediata. Esta edición parece ir en dirección opuesta. La sofisticación aparece más vinculada a la claridad, a la escala humana y a la capacidad de construir espacios emocionalmente sostenibles.

La transición hacia la dirección de Julio Pérez-Novoa después de más de tres décadas lideradas por Verónica Torres de Haaker y Elena Benavides también se siente coherente con ese movimiento. No hay intención de ruptura agresiva ni necesidad de borrar lo construido. Lo que aparece es una voluntad mucho más compleja y probablemente más difícil: continuar afinando una plataforma cultural que ya entendió que su verdadero impacto no termina cuando acaba la muestra.

Porque quizás lo más interesante de CASACOR Perú hoy no sea únicamente la arquitectura, los ambientes o las tendencias que anticipa. Lo que permanece después del recorrido es otra cosa. La sensación de que el diseño dejó de tratarse solamente de espacios y empezó a hablar, con más claridad que antes, sobre la manera en que queremos vivir.



En Florida, entre el ritmo pausado del océano y una estética que parecía pertenecer más a una memoria que a una tendencia, Valeria Lizaraso e Ismael G Lion reunieron a poco más de treinta personas para celebrar una boda construida desde la intimidad. Ella, influencer peruana instalada en Miami. Él, empresario español enfocado en desarrollar compañías en Estados Unidos. Lo que ocurrió no fue una demostración de lujo ni una postal diseñada para circular en redes sociales, sino un encuentro cuidado hasta el detalle, donde la elegancia apareció de la forma más difícil de conseguir: natural.

Escribe: Nataly Vásquez



Valeria Lizaraso e Ismael G Lion: La boda íntima que resplandece West Palm Beach

Cuando lo personal se vuelve el verdadero lujo

Durante años, la industria de las bodas convirtió el exceso en una medida de éxito. Más invitados, más producción, más impacto visual. En medio de esa lógica, la decisión de Valeria e Ismael tomó otro camino. No hubo intención de impresionar a cientos de personas ni de construir un evento pensado para validarse desde afuera. La celebración se sostuvo sobre algo mucho más complejo: hacer que cada decisión tuviera sentido para ellos.

La ceremonia mantuvo una escala pequeña, casi reservada, y justamente ahí encontró su fuerza. La presencia exclusiva de familiares y amigos cercanos transformó el ambiente en algo emocionalmente honesto, sin la presión social que muchas veces convierte estos momentos en espectáculos cuidadosamente coreografiados.

Todo parecía responder a la misma idea: quedarse únicamente con lo importante.

La pareja eligió una estética timeless que evitó caer en referencias obvias o en tendencias pasajeras. Había sofisticación, sí, pero entendida desde la calma y no desde la exhibición. Ese estilo asociado al universo old money, que ambos comparten y disfrutan, apareció de manera sutil, integrado en los detalles clásicos, en la simpleza bien ejecutada y en la sensación de que nada estaba forzado.

El lugar correcto para una historia que no necesitaba exagerarse

Hablar de West Palm Beach únicamente como destino sería reducir demasiado lo que representó para esta boda. La ciudad aportó algo menos evidente y mucho más difícil de construir artificialmente: una sensación de distancia frente al ruido. En

un momento donde todo parece diseñado para ser visto de inmediato, el escenario elegido permitió que la experiencia ocurriera primero para quienes estaban ahí.

La relación entre el paisaje, la arquitectura y el ritmo de la ciudad acompañó naturalmente la visión de la pareja. No hacía falta transformar el entorno ni intervenir demasiado porque ya existía una armonía propia entre las palmeras, el océano y esa elegancia silenciosa que define a ciertas zonas de Florida donde el lujo rara vez necesita presentarse de manera explícita.

Valeria e Ismael entendieron algo que muchas celebraciones olvidan: el lugar no tiene que robarse la historia. Tiene que sostenerla. Y en ese equilibrio apareció una de las mayores virtudes de la boda. Nada buscaba imponerse sobre el otro. Ni la locación sobre las personas, ni la estética



ca sobre la emoción.

La nueva sofisticación ya no vive en el exceso

Existe una generación que comenzó a mirar el lujo desde otro lugar. Menos ligado a demostrar y mucho más conectado con elegir bien. La boda de Valeria Lizaraso e Ismael G Lion refleja precisamente esa transición cultural donde la sofisticación deja de medirse por la magnitud y empieza a sentirse en la coherencia.

La influencia de ambos mundos también estuvo presente de manera silenciosa durante toda la celebración. La sensibilidad latina de Valeria convivió con la visión más sobria y empresarial de Ismael sin competir entre sí. El resultado no fue una mezcla fabricada, sino una identidad compartida que se percibía consistente en cada decisión, desde la atmósfera hasta la forma en que recibieron a sus invitados.



Quizá por eso la boda dejó una sensación distinta a la de muchos eventos contemporáneos. No parecía diseñada para encajar en una tendencia específica ni para convertirse en conversación efímera durante algunos días. Había algo mucho más estable detrás de todo: la idea de construir una vida juntos desde la autenticidad y no desde la representación.

En tiempos donde tantas celebraciones terminan pareciéndose entre sí, la decisión de volver a lo íntimo empieza a sentirse radical. La boda de Valeria e Ismael no intentó convertirse en un símbolo generacional, pero probablemente termine siendo recordada justamente por eso. Porque entendió que algunas de las experiencias más elegantes no son las que más personas logran ver, sino aquellas que quienes estuvieron presentes no olvidan después.

Dr. Campbell: Una visión más humana de la belleza actual

Después de más de veinte años dentro del universo de la cirugía plástica, el doctor Augusto Campbell entendió que la mayoría de personas no llega buscando convertirse en alguien distinto. Llegan buscando una tregua. A veces con el espejo, otras con inseguridades que llevan demasiado tiempo administrando en silencio. Desde Clínica Campbell, en Surco, donde cuentan con un centro quirúrgico totalmente equipado, construyó una práctica donde la conversación importa tanto como la técnica, en un momento donde la estética dejó de pertenecer únicamente a los consultorios para instalarse de forma permanente en las pantallas, las redes sociales y la percepción pública de lo que significa verse bien.

Escribe: Nataly Vásquez

Lo que no debería notarse

Durante mucho tiempo, la mejor cirugía era la que nadie podía detectar. Existía casi una obligación cultural de esconder cualquier intervención estética, como si admitirla rompiera cierta ilusión de naturalidad. Hoy la relación cambió. Hay personas que hablan de sus procedimientos con total apertura y otras que incluso los muestran como parte de una narrativa aspiracional asociada al éxito, el cuidado personal o el acceso a cierto estilo de vida.

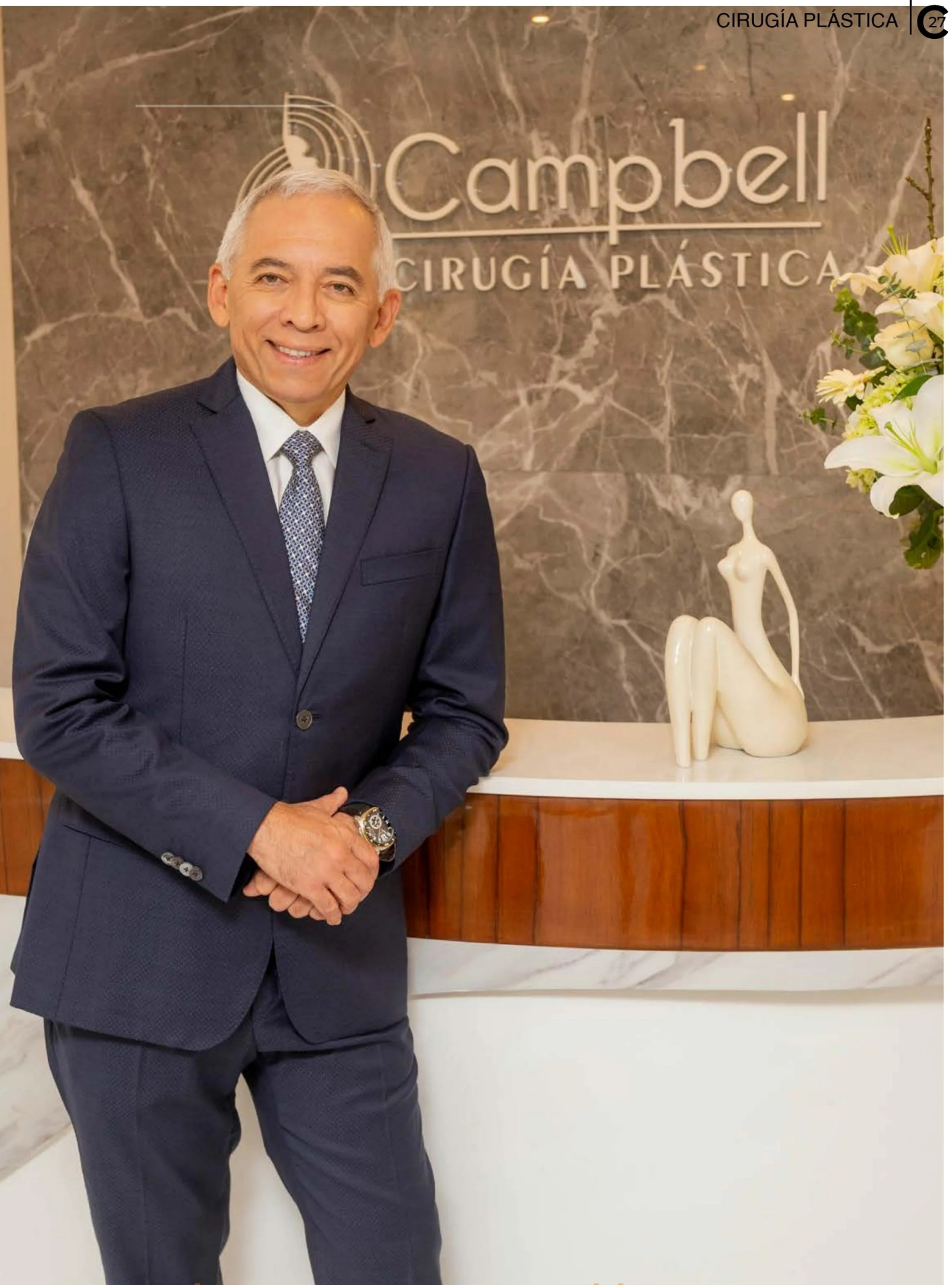
El Dr. Augusto Campbell observa ese cambio con distancia crítica. Entiende que la democratización de la medicina estética también vino acompañada de una presión visual constante. Nunca hubo tantas imágenes de resultados perfectos circulando al mismo tiempo. El problema es

que muchas veces esos resultados existen solo dentro del encuadre correcto, la iluminación adecuada o la edición suficiente para volver irreconocible la experiencia real de una cirugía.

Por eso insiste tanto en la idea de armonía. No habla de perfección. Habla de equilibrio. Para él, un procedimiento deja de funcionar cuando la intervención eclipsa a la persona. La frase que más repite no tiene nada de grandilocuente y quizás por eso termina quedándose: el éxito no es que alguien pregunte quién operó a un paciente, sino que simplemente le digan que se ve bien.

El momento en que el cuerpo se vuelve conversación

La demanda por procedimientos estéticos aumentó de forma evidente en los



últimos años. Hay adolescentes que quieren realizarse una rinoplastia antes de terminar el colegio y adultos mayores que buscan verse menos cansados sin necesariamente aspirar a borrar el tiempo. Las edades cambian, pero la lógica emocional suele repetirse: la cirugía aparece como una posibilidad de reconciliación personal antes que como una búsqueda extrema.

Sin embargo, el Dr. Augusto Campbell reconoce que la velocidad con la que hoy se consume contenido estético también alteró la relación entre expectativa y realidad. Las redes sociales redujeron procesos complejos a videos rápidos, resultados inmediatos y promesas simplificadas. Ahí es donde, según él, comienza gran parte del problema actual.

Habla de pacientes que llegan convencidos por promociones, por recomendaciones superficiales o por especialistas que ni siquiera cuentan con formación adecuada. También habla de algo más incómodo: médicos que convierten procedimientos delicados en paquetes comerciales donde el precio pesa más que la evaluación clínica. En un escenario así, la decisión estética deja de ser completamente racional y empieza a mezclarse con ansiedad, presión social y validación digital.

La confianza también se opera

Cuando el Dr. Campbell habla sobre seguridad, el discurso cambia de tono. Ya no se trata





únicamente de resultados, tendencias o avances tecnológicos. Se trata de responsabilidad. Insiste en que una cirugía no debería entenderse como un procedimiento aislado, sino como un sistema completo donde intervienen anestesiólogos preparados, instituciones acreditadas y seguimiento postoperatorio serio.

La evolución de la anestesia permitió que muchas cirugías faciales y corporales sean hoy mucho más seguras que hace dos décadas. También aparecieron nuevas tecnologías capaces de acelerar recuperaciones y hacer más precisos ciertos procedimientos. Pero incluso con todos esos avances, sigue existiendo un problema más difícil de controlar: la falta de criterio con la que muchas personas eligen dónde y con quién operarse.

El doctor menciona casos de intervenciones realizadas en espacios improvisados, consultorios sin condiciones adecuadas e incluso cabinas dentro de galerías comerciales. No lo dice desde el escándalo, sino desde la preocupación de alguien que entiende que la estética contemporánea muchas veces premia lo inmediato antes que lo correcto.

El futuro ya no busca excesos

Dentro de la industria hay algo que empieza a quedar atrás lentamente: la obsesión por transformar el rostro hasta volverlo irreconocible. La tendencia, según el Dr. Campbell, avanza hacia procedimientos menos invasivos, recuperaciones más rápidas y resultados más sutiles. El objetivo ya no parece ser cambiar de cara, sino conservar identidad mientras se suavizan ciertos rasgos o señales del tiempo.

En esa transición, la inteligencia artificial empieza a ocupar un lugar inesperado. El Dr. Augusto Campbell la imagina como una herramienta de acompañamiento capaz de ayudar en la planificación quirúrgica hiperpersonalizada y en evaluaciones postoperatorias mucho más precisas. No como reemplazo del criterio médico, sino como una extensión tecnológica que podría reducir riesgos y mejorar la predictibilidad de los resultados.

Pero incluso frente a todos esos avances, hay algo que permanece igual. La cirugía sigue ocurriendo sobre personas que llegan cargando expectativas emocionales profundas, inseguridades difíciles de nombrar y deseos que muchas veces no tienen que ver únicamente con la apariencia. Quizás por eso el Dr. Campbell insiste tanto en la ética de saber cuándo intervenir y cuándo no hacerlo. Porque en una época donde todo parece empujar hacia el exceso, la verdadera sofisticación empieza a sentirse más cerca de la contención que de la transformación absoluta.



Verónica Olazábal

Estudio: Un enfoque curado del espacio doméstico

Hay personas que diseñan espacios y otras que terminan construyendo una forma de habitar el mundo desde una mirada pensada y consciente. En el caso de Verónica Olazábal, fundadora de Veronica Olazábal Estudio, el punto de partida nunca ha sido únicamente la estética. Entre el diseño de interiores, la pintura y una sensibilidad que parece moverse con naturalidad entre la observación, la composición y el análisis, Verónica ha convertido su propia casa en una extensión silenciosa de aquello que piensa, crea y elige sostener cada día, entendiendo cada espacio como un proceso diseñado, razonado y construido a partir de las necesidades de quien lo habita.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature

Una casa que no busca impresionar

Para Verónica, el interior de una casa no comienza con los objetos ni termina en la decoración. Empieza mucho antes, en la manera en que un espacio logra acompañar la vida cotidiana sin imponerse sobre ella. Habita su hogar desde una lógica profundamente sensorial, donde cada textura, cada color y cada pieza parecen existir porque tienen una razón para permanecer ahí.

Más que una búsqueda de perfección visual, existe una intención de fondo: construir una atmósfera capaz de provocar calma, claridad y cierta sensación de refugio. En tiempos donde muchas casas parecen diseñadas para ser vistas, la de Verónica responde a otra pregunta, quizá menos evidente, pero mucho más íntima: cómo se quiere sentir alguien dentro de su propio espacio. Esa relación entre bienestar y estética atraviesa gran parte de su mirada sobre el interiorismo



contemporáneo, entendiendo que un lugar también puede modificar la manera en que se piensa y se vive.

El lenguaje secreto entre el arte y el espacio

La pintura no aparece como un territorio paralelo a su trabajo, sino como una conversación constante con él. Verónica entiende los espacios desde el color, la composición y la emoción que producen, como si cada ambiente funcionara bajo la misma lógica de un lienzo que todavía está buscando equilibrio.

Quizá por eso sus obras conviven con tanta naturalidad dentro de la arquitectura e interiorismo de su casa. No aparecen como piezas incorporadas para completar

una escena, sino como parte del mismo lenguaje visual y emocional. En su universo creativo, el arte no entra a decorar, sino a dar carácter, tensión y profundidad. La intención parece clara: crear espacios con identidad, lugares donde la belleza no sea una meta aislada, sino una consecuencia de algo más honesto.

Esa forma de pensar también explica su interés por los objetos con historia, las antigüedades y aquellos detalles que parecen conservar algo de quienes estuvieron antes. En una época dominada por las tendencias rápidas, Verónica se inclina por aquello que permanece y que logra hacer de una casa algo irrepetible, profundamente propio.





Lo que una vida termina enseñando a mirar

La relación de Verónica con el arte comenzó antes que el diseño. Primero apareció esa necesidad natural de expresar ideas y emociones desde lo visual; después, el descubrimiento de que los espacios también podían emocionar, alterar estados de ánimo y convertirse en una forma de narración silenciosa.

Tras más de quince años dedicada al diseño de interiores, su práctica parece haber encontrado un equilibrio entre dos disciplinas que, en el fondo, nunca estuvieron separadas. Hace algunos años retomó la pintura con la misma convicción con la que construyó su estudio, dándole al tiempo un valor casi estructural entre ambos mundos. El taller y el estudio funcionan hoy como dos espacios distintos, aunque conectados por una misma sensibilidad.

Quizá ahí reside una parte importante de su propuesta: entender que una casa auténtica no se construye siguiendo fórmulas ni reproduciendo referencias ajenas. Se construye lentamente, a partir de objetos que importan, decisiones que permanecen y espacios que consiguen devolver algo difícil de nombrar. No necesariamente una versión ideal de quienes somos, sino una más cercana a aquello que reconocemos como propio.

nala

PILATES STUDIO





Nala Pilates: Una visión del movimiento que se construye desde España

Nala Pilates no aparece como una respuesta al mercado, sino como una decisión más íntima que toma forma en Alicante, España, una manera de entrenar que se aleja de la exigencia entendida como castigo y se acerca a un equilibrio que no siempre es evidente, pero que se sostiene en el tiempo.

Escribe: Nataly Vásquez

El punto donde empieza a cambiar la exigencia

En Nala, la disciplina no se impone, se construye. No desde la repetición automática, sino desde una lógica que combina estructura con escucha. La exigencia está presente, pero no es rígida. Se adapta, se mueve, reconoce que el cuerpo no responde igual todos los días y que forzarlo no siempre es avanzar.

Esa forma de entender el movimiento redefine la idea de progreso. No se trata solo de hacer más, sino de hacerlo mejor, desde un lugar más consciente. La práctica deja de ser una lista de objetivos y se convierte en un proceso donde cada sesión ajusta la relación con el propio cuerpo, sin necesidad de explicarlo todo.

Una pausa que no se anuncia

Hay una intención clara en cómo se sostiene el espacio. No busca posicionarse dentro de la tendencia del bienestar, sino mantenerse fiel a una idea más simple y más difícil al mismo tiempo. Construir desde la coherencia implica tomar decisiones que no siempre son visibles, pero que terminan marcando la diferencia.

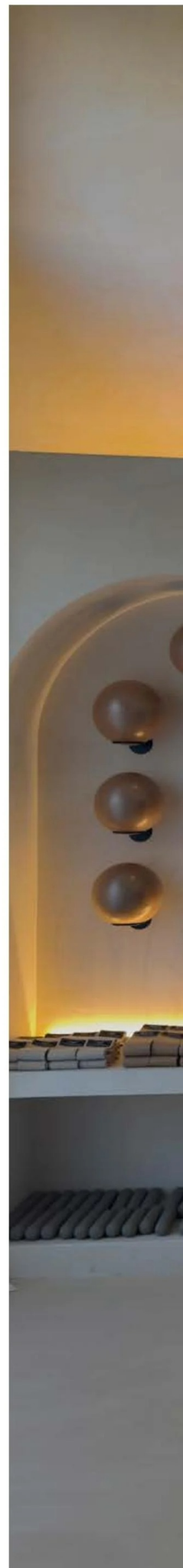
Esa postura define el ritmo. Crecer más lento no aparece como una limitación, sino como una elección. En ese proceso, el bienestar consciente y sostenible deja de ser un concepto y empieza a tomar forma en la experiencia, donde lo importante no es cuánto se hace, sino cómo se integra en la vida de quien practica.

Lo que permanece cuando todo cambia

Pensar en el futuro de Nala no pasa por imaginar una expansión, sino por entender qué debe mantenerse intacto. La idea de que alguien pueda entrar sin conocer a quienes están detrás y aun así reconocer la intención es, en sí misma, una forma de legado.

Lo que se busca sostener no es un método cerrado, sino una sensación. Un espacio donde la exigencia convive con el acompañamiento y donde el entrenamiento no se percibe como una obligación, sino como un momento de conexión. Esa coherencia, más que cualquier formato, es lo que define su continuidad.

Hay algo que se mantiene incluso cuando el contexto cambia. La noción de que el cuerpo no es un proyecto que se corrige, sino un lugar al que se vuelve. Y que, cuando eso se entiende, la práctica deja de ser una meta para convertirse en una forma de estar.





En un mercado dominado por la velocidad y la repetición, Ruth Aviles ha construido una marca que avanza en otra dirección.

Desde el universo del calzado hecho a medida, su propuesta ha encontrado un lugar particular dentro del diseño peruano al transformar algo cotidiano en una experiencia profundamente personal, donde la elegancia no parece depender únicamente de la estética, sino también de la forma en que una mujer se reconoce a sí misma frente al espejo.

Escribe: Nataly Vásquez



Ruth Aviles: Una nueva definición del lujo a medida

Cuando el lujo deja de ser exceso

Hablar de lujo hoy implica revisar ciertas ideas heredadas. Durante años, el valor parecía medirse por lo visible, por aquello capaz de imponerse a primera vista. Sin embargo, para Ruth, el verdadero gesto exclusivo parece desplazarse hacia otro lugar: la experiencia de sentirse escuchada.

La marca nace desde esa intención. No

como una respuesta al consumo rápido ni como una promesa de estatus, sino desde una lectura más íntima sobre lo que una mujer espera de aquello que lleva puesto.

En el universo de zapatos personalizados, cada decisión parece construirse a partir de preguntas menos evidentes: cómo camina alguien, qué necesita realmente, cómo quiere sentirse cuando entra

a una habitación o simplemente cuando atraviesa un día largo. La exclusividad, en ese sentido, no está solo en el objeto terminado, sino en el tiempo invertido en comprender a quien lo llevará.

La resistencia silenciosa de hacer las cosas con tiempo

Mientras la industria de la moda acelera ciclos y multiplica tendencias, Ruth ha



preferido insistir en un proceso más lento. Uno donde el detalle todavía importa y donde la producción no responde a una lógica masiva.

En un momento donde la inmediatez suele confundirse con eficiencia, mantener una mirada artesanal puede parecer casi un

acto de resistencia. Pero en la filosofía de la marca existe una convicción clara: un zapato elegante no basta si no logra adaptarse al cuerpo de quien lo usa. La comodidad deja de ser un valor secundario y se convierte en parte esencial del diseño.

Por eso, más que seguir tendencias, la

apuesta parece orientarse hacia piezas que permanezcan. Diseños capaces de acompañar distintos momentos sin agotarse rápidamente frente al tiempo. Hay una intención evidente de crear menos, pero con más significado, una idea que empieza a tomar fuerza dentro del lujo contemporáneo y que redefine la relación entre moda, permanencia y autenticidad.

Lo que un par de zapatos también puede decir

Existe algo silencioso en la relación entre una mujer y los zapatos que elige. No se trata únicamente de completar un look ni de responder a una tendencia. A veces, tiene más que ver con la seguridad que acompaña ciertos movimientos, con la tranquilidad de sentirse cómoda sin renunciar a una identidad propia.

Ruth entiende ese vínculo desde una perspectiva menos superficial. Para ella, el calzado tiene la capacidad de transformar presencia, actitud y confianza. Quizá por eso sus diseños buscan moverse entre distintos momentos de la vida cotidiana sin sentirse circunstanciales. La sofisticación, bajo esa lógica, no aparece como exceso ni rigidez, sino como un equilibrio entre estética, comodidad y autenticidad.

La aspiración no parece estar únicamente en diseñar piezas deseables, sino en construir objetos capaces de permanecer emocionalmente cerca de quien los usa.

El valor de permanecer

Hablar del futuro, para muchas marcas, suele significar expansión. En el caso de Ruth Aviles, la conversación parece ir hacia otro lugar. Crecer, sí, pero sin abandonar aquello que le dio sentido al proyecto desde el inicio: la atención cercana, la personalización y el valor humano detrás de cada pieza.

En una época marcada por la automatización, Ruth insiste en algo que parece sencillo, aunque cada vez más escaso: la artesanía todavía importa. No solo por la técnica o la calidad, sino porque conserva una intención imposible de replicar completamente.

Ahí reside la verdadera permanencia de una marca como esta. No necesariamente en producir más, sino en construir una relación duradera con las personas. Porque hay piezas que acompañan un momento y otras que terminan formando parte de una historia personal. Y pocas cosas conservan tanto valor como aquello que logra permanecer, incluso cuando las tendencias ya cambiaron.





Tragaluz: Doce años entre constancia y experiencia

En Tragaluz, dentro de Miraflores Park, A Belmond Hotel, Lima, el tiempo no se mide en años sino en mesas ocupadas, en regresos, en nombres que se repiten. A doce años de su apertura, el espacio liderado por Augusto Baertl junto a Belmond —parte de LVMH— vuelve a convocar a la escena gastronómica local no para mirar atrás, sino para confirmar algo más silencioso: que hay lugares que dejan de ser restaurantes para convertirse en códigos compartidos.

Escribe: Nataly Vásquez

Doce años no son una cifra, son una posición

En una ciudad que se reinventa con rapidez, sostenerse es un gesto político. Tragaluz no ha sobrevivido por inercia, sino por una lectura precisa del pulso limeño: un equilibrio entre lo reconocible y lo inesperado. Su propuesta no busca deslumbrar desde la estridencia, sino desde una sofisticación que se entiende sin necesidad de explicarse.

Ahí, la cocina de Ricardo Ehni opera como un lenguaje en constante traducción. No hay purezas rígidas, sino una conversación abierta entre influencias que Lima ha absorbido durante décadas: Japón, China, África, Europa. Lo mestizo aquí no es discurso, es práctica. Y en esa práctica, el comensal no es espectador, es parte de una narrativa que se actualiza en cada visita.

Cuando el arte deja de ser fondo

El bar de Tragaluz no acompaña, propone. En sus paredes, las piezas de Mateo Liébana no fun-

cionan como decoración sino como una extensión del ritmo del lugar. Hay una intención clara: que la experiencia no se fragmente entre lo que se come y lo que se observa. Todo ocurre en el mismo plano.

Esa continuidad se traslada a la terraza, uno de esos raros espacios en Lima donde la ciudad parece bajar el volumen. No es aislamiento, es edición. Tragaluz entiende que el lujo contemporáneo no está en añadir capas, sino en saber cuáles retirar.

Maido entra en escena sin pedir permiso

La celebración de los doce años no apostó por la nostalgia, sino por la colaboración. La presencia de Mitsuharu “Micha” Tsumura, desde Maido, no fue un gesto protocolar, sino una declaración de afinidad entre dos formas de entender la cocina peruana contemporánea.

El menú diseñado junto a Ehni no buscó com-



petir entre firmas, sino dialogar. Tartalita amazónica, temaki, kare-raisu noroño se encontraron con platos como el crujiente Costa-Sierra-Selva o la concha de Paracas. No hubo jerarquías visibles, solo una secuencia coherente que confirmó algo evidente: la alta cocina en Lima ya no necesita validarse, solo seguir afinando su voz.

La mesa como territorio común

La lista de invitados —chefs, empresarios, nombres reconocibles dentro y

fuera del circuito gastronómico— no fue un desfile, fue un síntoma. Tragaluz ha logrado algo más complejo que llenar un salón: ha construido una red de afinidades.

En ese cruce de figuras, lo relevante no es quién estuvo, sino por qué siguen yendo. Porque más allá de tendencias o rankings, hay lugares que funcionan como punto de encuentro para quienes entienden la gastronomía como algo más que consumo. Aquí, la comida es apenas

el inicio.

Tragaluz no celebra doce años como quien marca un hito. Lo hace como quien reafirma una intuición: que en Lima, donde todo cambia rápido, lo verdaderamente contemporáneo no es lo nuevo, sino lo que sabe mantenerse vigente sin volverse predecible. Y en esa tensión —entre permanencia y reinención— encuentra su forma más honesta de permanecer.





¿Qué te llevas realmente al irte de retiro?: Por qué cada vez más personas lo buscan

Escribe: Ornella Puccio

No sé si te pasa, pero últimamente escucho mucho esta frase: “me quiero ir a un retiro”. No necesariamente saben a cuál, ni dónde, ni cuánto tiempo. Pero algo adentro les dice que necesitan parar. Me pasó hace poco conversando con unas amigas. Todas hablábamos de lo mismo: cansancio, saturación, falta de tiempo... y en algún momento alguien dijo: “necesito desaparecer unos días”. Pero no como escapada. Más como una pausa. Y ahí me di cuenta de algo.

Ya no buscamos solo viajar. Buscamos sentirnos mejor. Por eso no es casualidad que los retiros de bienestar estén creciendo tanto en todo el mundo. Hoy existen retiros enfocados en regular el sistema nervioso, en longevidad, en descanso profundo, en reconectar con el cuerpo o incluso en diseñar experiencias personalizadas según lo que cada persona necesita. Incluso hoteles y destinos están integrando programas completos de wellness, donde el foco ya no es solo el lugar, sino cómo te sientes cuando estás ahí. Pero más allá de la tendencia, hay una pregunta que aparece siempre: ¿qué te llevas realmente de un retiro? Y desde mi experiencia acompañando este tipo de espacios, la respuesta no es tan obvia como parece. No es solo descansar. Es aprender a parar. Porque aunque suene simple, no sabemos hacerlo. Vivimos resolviendo, decidiendo, respondiendo. Incluso cuando “descansamos”, seguimos mentalmente activas. Y un retiro, en esencia, corta ese patrón. No tienes que planear. No tienes que decidir. No tienes que estar en todo. Y cuando eso pasa, el cuerpo empieza a cambiar. La respiración se hace más profunda. El sistema nervioso baja la alerta. La mente

deja de correr tanto. Y ahí aparece algo que muchas veces no tenemos en el día a día: claridad. También hay algo que sorprende a muchas personas. La conexión. La mayoría llega sin conocer a nadie. Pero en pocos días, algo se abre. Las conversaciones son más honestas, más presentes, menos filtradas. Y de pronto te das cuenta de que lo que sientes no es tan único como pensabas. Y eso alivia. Porque uno de los grandes efectos de estos espacios no es solo lo que haces... es lo que compartes. Otro punto importante es que los hábitos se vuelven más accesibles.



Dormir mejor, comer con más conciencia, moverte distinto, respirar de otra forma. No porque alguien te obligue, sino porque el entorno lo facilita. Y muchas veces, eso que parecía difícil en la rutina, se vuelve natural cuando bajas el ritmo. Por eso muchas personas no vuelven solo “descansadas”. Vuelven distintas.

No porque hayan cambiado todo, sino porque entendieron algo. Que no necesitan hacer más... necesitan hacer diferente. Y tal vez por eso los retiros están dejando de ser algo esporádico para convertirse en una herramienta de bienestar más constante. Porque al final, no se trata de irte lejos. Se trata de darte el espacio para escucharte. Desde mi experiencia guiando retiros de yoga y mindfulness, he visto cómo pequeños momentos —respirar con atención, moverte con presencia, compartir desde un lugar más real— pueden generar cambios que se quedan mucho más allá de esos días. Tal vez no es para todos. Pero si algo de esto te hizo sentido, probablemente sí es para ti. Y si estás en ese momento en el que sientes que necesitas parar, aunque no sepas exactamente cómo... ese puede ser el primer paso. Pronto estaré guiando nuevos retiros. Si te da curiosidad o quieres saber más, puedes escribirme



Una dama del Pisco y Vino: liderazgo, carácter y legado

Escribe: Claudia Moquillaza Robatty

Hay mujeres que nacen dentro de una historia y otras que deciden reescribirla. Desde que recibí la oportunidad de formar parte de una revista como Signature y dar vida a mi columna “Herencia Líquida”, creada para inspirar a más mujeres a atreverse a cambiar, a evolucionar y a adentrarse en el mundo del vino y spirits, supe que, en algún momento, tenía que escribir sobre ella. Sobre mi madre. Una mujer que no heredó un camino fácil, pero que decidió recorrerlo con carácter. Todo comenzó cuando retomamos nuestro proyecto familiar, dándole vida a lo que hoy conocemos como Finca 314, nuestra Bodega en Ica. En ese entonces, ella se iniciaba en el mundo del Pisco como productora. Pero lo que vino después fue mucho más que un rol: fue una transformación real. De esas que no se anuncian, pero se construyen, paso a paso. Se formó como sommelier y catadora profesional, siendo jurado de concursos nacionales e internacionales; entendiendo que el conocimiento más que un lujo, es una herramienta. Fue también quien me impulsó a seguir ese mismo camino, a comprender el lenguaje y la sensibilidad de la Sumillería, donde tuvimos el privilegio de aprender de referentes como el recordado profesor Jorge Llanos y otros grandes maestros. Más adelante, esa misma inquietud por innovar nos llevó a explorar nuevas posibilidades con el mosto de nuestras uvas pisqueras, abriendo paso a la producción de vinos, que han sido reconocidos internacionalmente. Pero su historia no se construye únicamente desde los logros técnicos. Se forja, sobre todo, desde la resistencia. Porque liderar en el sector vitivinícola del Perú y hacerlo como mujer, implica muchas veces enfren-

tar escenarios adversos. Injusticias, conflictos y momentos donde sostenerse en pie no es opcional, sino necesario. Y ella lo hizo. Defendiendo lo que le correspondía, haciendo valer sus derechos hasta el final, demostrando que la firmeza también es una forma de elegancia. Carmen Robatty de Moquillaza no sólo lidera un proyecto familiar; lidera un propósito. Hoy preside el Comité de Pisco de ADEX, es vicepresidente del Comité Vitivinícola de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica, Presidente del Comité de las Rutas del Pisco – Región Ica, promovida por MINCETUR y DIRCETUR Ica; y encabeza una de las

iniciativas más significativas del sector: la asociación Damas del Pisco & Vino del Perú, una plataforma que reúne a mujeres productoras y apasionadas por esta industria, con una visión que ya trasciende fronteras, alcanzando incluso Europa (Italia, Suiza, Holanda, Bélgica, Francia, España, EEUU). Una organización que nace del impulso de mujeres que decidieron no esperar espacios, sino crearlos. Entre ellas, figuras admirables como la socia fundadora, Gladys Torres Urday, arequipeña de pura cepa, cuya pasión por el Pisco ha dejado huella. Mi madre nos ha enseñado que no hay mesa donde el género deba definir la voz. Lo que realmente prevalece al exponer tus ideas y/o argumentos, es la inteligencia, conocimiento, profesionalismo. Y que el liderazgo no se impone: se construye, se sostiene y se comparte. Este abril de 2026 se celebrará el doceavo aniversario de la asociación, junto con la juramentación de su nuevo consejo directivo

para el periodo 2026–2030. Un momento que reconoce cargos, trayectorias, esfuerzo y convicción. Porque detrás de cada nombre, hay una historia de lucha. Y detrás de cada historia, una herencia. Hoy, esta columna está dedicada a Carmen. Y a todas las mujeres que, desde la vid hasta la copa, siguen transformando el Pisco y el Vino en algo más que una bebida: En identidad, cultura y legado.



Hay marcas que encuentran un lugar en la memoria de una ciudad sin necesidad de imponerse. En Ica, Joyas Pili ha construido esa cercanía desde algo menos evidente que una tendencia o una colección nueva: la capacidad de entender que una joya rara vez se elige solo por cómo luce. Detrás de esa sensibilidad está Pilar Castro, fundadora de la marca, quien ha convertido un gesto íntimo en una conversación constante con mujeres que buscan piezas capaces de acompañar momentos, decisiones y formas distintas de habitar.

Escribe: Nataly Vásquez

Cuando una joya deja de ser solo un detalle

Pilar no habla de las joyas desde la distancia del objeto, sino desde la experiencia de quien entiende que ciertas piezas llegan a una vida para quedarse. Quizá esa sea una de las razones por las que Joyas Pili en Ica ha logrado convertirse en un nombre familiar dentro de una ciudad donde la recomendación sigue teniendo un peso silencioso, pero decisivo.

La confianza, explica Pilar, no apareció como consecuencia natural del tiempo, sino como una construcción paciente. Desde el inicio hubo una intención clara de crear una marca cercana, donde la experiencia no terminara en la compra y donde cada colección mantuviera una identidad reconocible. Las tendencias importan, sí, pero nunca al punto de diluir aquello que las clientas esperan encontrar: piezas femeninas, versátiles y con una elegancia que no necesita llamar demasiado la atención para permanecer.

La emoción como lenguaje cotidiano

En el universo de joyas femeninas elegantes, muchas marcas intentan seducir desde la perfección. Pilar parece moverse desde otro lugar. Más que perseguir una estética rígida, busca entender cómo quiere sentirse quien elige una pieza. Hay una diferencia impor-



Joyas elegantes





Joyas Pili: La apuesta por una elegancia femenina atemporal

tante entre adornar y acompañar, y en esa distancia pequeña, aunque decisiva, parece haberse construido gran parte de la identidad de Joyas Pili.

Cada colección nace desde preguntas sencillas, pero poco superficiales. ¿Qué momento atraviesa esa mujer? ¿Qué quiere recordar? ¿Qué parte de sí misma quiere subrayar? Pilar reconoce que detrás de una compra muchas veces existe algo más difícil de nombrar: seguridad, amor propio, una celebración silenciosa o el deseo de guardar un instante importante. Las joyas, en ese contexto, dejan de ser accesorios para convertirse en pequeñas formas de permanencia.

Construir comunidad sin perder cercanía

Las marcas hablan mucho de comunidad, aunque pocas logran hacer que esa palabra tenga un sentido real. Pilar atribuye parte del crecimiento de Joyas Pili a la autenticidad y a una escucha constante que ha permitido construir

vínculos más naturales con sus clientas, algo especialmente importante en un momento donde las personas buscan identificarse con marcas que se sienten humanas.

Las redes sociales han sido parte de ese proceso, aunque no únicamente como escaparate. En lugar de limitarse a mostrar productos, Joyas Pili ha encontrado una forma de compartir referencias de estilo, inspiración y conversaciones que extienden el universo de la marca más allá de una vitrina. Esa combinación entre preparación estratégica y cercanía emocional ha permitido que la relación con sus clientas se sostenga en algo menos frágil que una compra impulsiva.

Una expansión que no pierde el centro

Cuando Pilar imagina el futuro de la marca, el crecimiento aparece como una consecuencia, no como una obsesión. Habla de nuevos mercados, de fortale-

cer la identidad de Joyas Pili, de ampliar colecciones y construir experiencias más memorables, pero siempre con una idea clara: crecer sin desconectarse de aquello que hizo que las personas confiaran desde el inicio.

Tal vez ahí este el truco para las marcas que permanecen. Algunas logran instalarse porque siguen el ritmo del mercado. Otras porque entienden algo más difícil de replicar: que hay objetos que acompañan una vida y que, cuando eso sucede, el valor nunca está únicamente en el brillo. Está en todo aquello que permanece cuando el instante ya pasó.

eres

SKIN STUDIO



Eres Skin Studio: Una nueva cultura del cuidado facial consciente

Hay espacios que entienden algo antes que muchos: que el cuidado personal ya no responde únicamente a una aspiración estética, sino a una necesidad más silenciosa y más íntima. Eres Skin Studio aparece en ese lugar de encuentro entre el bienestar y la belleza consciente, con una premisa que parece simple, aunque no lo sea: ninguna piel se parece a otra y, por lo tanto, ninguna experiencia de cuidado debería sentirse igual. En un momento donde el exceso de información sobre skincare ha convertido las rutinas en fórmulas repetidas, su propuesta se mueve en otra dirección, una más cercana a escuchar antes que intervenir.

Escribe: Nataly Vásquez

Donde empieza el verdadero cuidado

Hablar de piel suele conducir rápido a resultados, productos o tendencias. Sin embargo, en Eres Skin Studio la conversación toma otro ritmo. La atención no parte de un protocolo preestablecido ni de una promesa inmediata, sino de una observación paciente que intenta entender qué necesita realmente cada persona y, sobre todo, qué historia trae consigo.

Hay pieles marcadas por el cansancio, otras por cambios hormonales, sensibilidad o deshidratación. También están aquellas que simplemente buscan recuperar equilibrio después de temporadas exigentes. La personalización, aquí, empieza mucho antes de cualquier tratamiento. Escuchar inquietudes, entender hábitos

y reconocer expectativas se vuelve parte de un proceso que entiende el cuidado de la piel como algo más amplio que un momento frente al espejo.

Ese enfoque también transforma la lógica de los tratamientos. Las limpiezas faciales y procedimientos no invasivos funcionan como parte de una ruta que se sostiene dentro y fuera de cabina, acompañada por hábitos cotidianos, descanso, hidratación y una rutina diseñada según el estado real de cada piel. La belleza, desde esa mirada, deja de sentirse como una meta rígida para convertirse en consecuencia.

La confianza no ocurre por accidente

En el universo de la belleza, pocas cosas pesan tanto como la confianza. No solo porque el

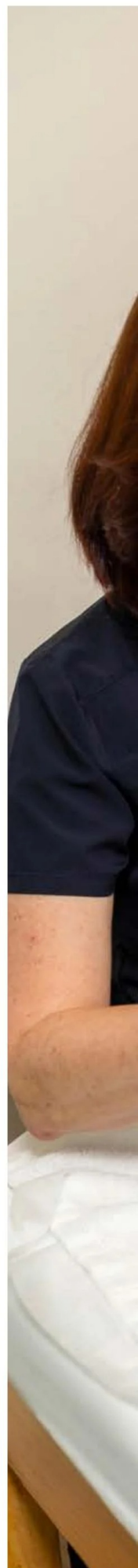


rostro ocupa un lugar visible en la identidad, sino porque cualquier decisión relacionada con él toca dimensiones más personales de lo que suele decirse. Quien llega a un espacio especializado no busca únicamente un tratamiento; muchas veces busca certezas, claridad y una experiencia donde no tenga que sentirse juzgado.

Quizá por eso la identidad visual de Eres Skin Studio transmite una estética limpia, cercana y serena. No se trata únicamente de una elección visual, sino de una forma de entender el acompañamiento. La relación con el cliente parece construirse desde una idea sencilla: orientar sin imponer, explicar sin saturar y ofrecer un espacio donde el tiempo dedicado al autocuidado no se viva como una exigencia más dentro de la agenda.

En un rubro tan competitivo como el de tratamientos estéticos no invasivos y el bienestar, esa cercanía deja de ser un detalle para convertirse en parte de la experiencia. Porque sentirse acompañado modifica la manera en que alguien atraviesa un proceso y también la confianza con la que habita sus resultados.

Una pausa en medio de la exigencia





Hay algo que cambia cuando una persona empieza a sentirse cómoda con su piel. No necesariamente porque desaparezcan todas las imperfecciones, sino porque la relación con la propia imagen se vuelve menos tensa. La seguridad rara vez aparece de forma abrupta; suele instalarse en pequeños gestos cotidianos, en la tranquilidad de mirarse sin corregirse constantemente, en la decisión de usar menos maquillaje o simplemente sentirse bien sin justificarlo.

Eres Skin Studio parece entender que una piel saludable no responde a una idea de perfección, sino a una sensación de bienestar que termina extendiéndose al resto de la vida diaria. El bienestar integral, en ese sentido, deja de sentirse como un concepto abstracto para convertirse en algo tangible, una práctica que encuentra espacio incluso dentro de jornadas aceleradas.

Cuidarse, después de todo, quizá no tenga que ver con perseguir una mejor versión de uno mismo. A veces basta con recuperar una relación más amable con el propio reflejo y recordar que sentirse bien también puede empezar en aquello que se toca todos los días: la piel.

La conversación sobre diseño interior ya no gira únicamente alrededor de tendencias o piezas de autor. Habla de bienestar, de ritmo cotidiano y de cómo una casa puede parecerse más a quien la habita. Viviana Páez, fundadora de Tienda VP, lleva años moviéndose dentro de esa conversación desde un lugar particularmente sensible, donde el color, los detalles y la emoción terminan ocupando un lugar tan importante como la estética.

Escribe: Nataly Vásquez

La casa como una extensión de quien eres

Viviana habla de los espacios como si tuvieran una capacidad silenciosa de acompañar estados de ánimo, vínculos y momentos cotidianos. No desde una visión idealizada, sino desde algo mucho más concreto: la idea de que un hogar puede influir en cómo una persona transita sus días. La calma, el bienestar o incluso la sensación de sentirse representado dentro de un lugar no aparecen por accidente.

Quizá por eso, en Tienda VP, cada proyecto parte de una pregunta menos obvia que la estética: cómo vive realmente esa persona. Antes de pensar en muebles, colores o composiciones, aparece una intención más importante: construir ambientes con sentido, donde el diseño no se imponga sobre la vida cotidiana, sino que la acompañe. La sofisticación, para Viviana, no tiene tanto que ver con el exceso como con el equilibrio.

Cuando los detalles empiezan a decir algo

Existe una diferencia sutil entre un espacio bien decorado y uno que genera conexión. Viviana parece encontrarla en aquello que suele pasar desapercibido: una iluminación bien pensada, textiles que invitan a quedarse, flores naturales o piezas capaces de despertar recuerdos. Son detalles pequeños, aunque rara vez menores.

En un momento donde el diseño interior también se ha convertido en una forma de expresar identidad, la propuesta de VP insiste en algo que parece simple, pero no siempre ocurre: que la casa dialogue con quien la habita y no al revés. Un espacio sofisticado no necesariamente responde a un presupuesto elevado ni a una perfección rígida; muchas veces tiene más que ver con autenticidad, armonía y una sensación





Tienda VP: Donde el styling interior redefine la forma de habitar los espacios

genuina de pertenencia.

El lenguaje del color y una identidad reconocible

Hablar de decoración de interiores suele conducir rápidamente a tendencias globales, pero Viviana prefiere detenerse en cómo reinterpretarlas. Viajes, materiales, referencias internacionales y nuevas maneras de habitar los espacios aparecen como inspiración, aunque nunca como un molde fijo. La intención no es replicar, sino traducir.

El sello de Tienda VP parece construirse precisamente ahí: en una estética que encuentra un punto de encuentro entre sofisticación y cercanía. El color ocupa un lugar importante, no como un recurso

ornamental, sino como una herramienta capaz de despertar emociones y volver memorables ciertos momentos. Una mesa bien compuesta, una mezcla de tonos inesperados o una composición equilibrada terminan funcionando como pequeñas escenas de vida cotidiana que permanecen más tiempo del previsto.

Los espacios donde también se quedan los recuerdos

Para Viviana, el diseño interior nunca ha sido únicamente visual. Hay algo profundamente emocional en la manera en que un espacio puede modificar la experiencia de vivirlo. Una reunión cotidiana puede sentirse distinta, un momento familiar puede adquirir otra dimensión y ciertos recuerdos parecen quedarse adheridos a los lugares

donde ocurrieron.

Quizá esa sea una de las razones por las que acompaña tan de cerca a sus clientas. Renovar una casa, muchas veces, también significa abrir una etapa distinta. Reordenar espacios puede parecer un gesto externo, aunque en ocasiones termina revelando algo más íntimo: la necesidad de volver a sentirse bien dentro de un lugar propio.

Hay marcas que entienden el diseño como una aspiración estética. Otras lo entienden como una forma de vivir. Viviana parece moverse desde ese segundo lugar, uno donde la belleza no busca impresionar demasiado, sino hacer algo más difícil: quedarse en la vida cotidiana sin sentirse ajena.



Entre Arquitectas Studio: Cuando la estética también tiene propósito

Revistas.PeruRadio.net.pe



Hay estudios de arquitectura que construyen espacios y otros que parecen interesarse más por la manera en que las personas terminan viviendo dentro de ellos. Entre Arquitectas Studio pertenece a esa segunda categoría. Desde una propuesta donde arquitectura, diseño interior y ejecución avanzan sin jerarquías evidentes, el estudio ha ido definiendo una identidad propia: una sensibilidad cálida, precisa y contemporánea que no busca impresionar desde el exceso, sino desde algo mucho más difícil de sostener, la coherencia entre lo que un espacio promete y lo que realmente permite sentir.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature

Cuando el diseño deja de imponer

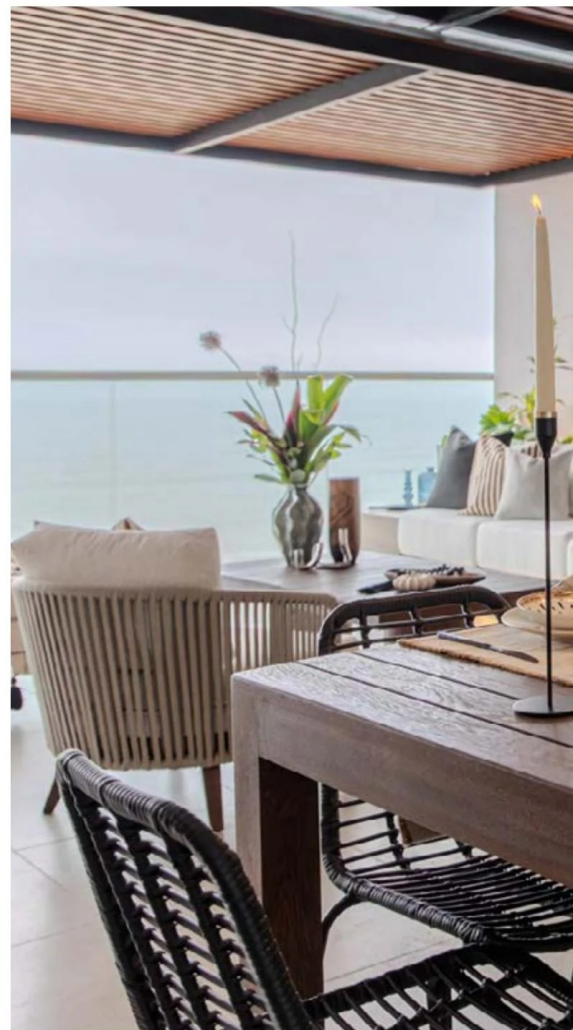
En una industria donde la imagen suele llegar antes que la experiencia, Entre Arquitectas parece operar desde otro lugar. Antes de pensar en materiales, paletas o referencias visuales, el punto de partida suele ser una pregunta menos evidente: cómo vive realmente quien va a habitar ese espacio. No desde la aspiración idealizada, sino desde las rutinas, los hábitos y esa intimidad silenciosa que rara vez aparece en un moodboard.

Por eso, el equilibrio entre diseño interior y funcionalidad no aparece como una fórmula técnica ni como una negociación entre dos fuerzas opuestas. En su proceso, ambos lenguajes nacen juntos. La arquitectura organiza, resuelve y da estructura; el interiorismo introduce identidad, atmósfera y una sensación de pertenencia que no necesita hacerse evidente para sentirse presente. El resultado no persigue la perfección visual como fin último, sino una especie de naturalidad sofisticada, esa sensación poco común de entrar a un lugar y percibir que todo parece estar exactamente donde debería.

La elegancia de lo que permanece

La estética de Entre Arquitectas no responde al impulso de seguir tendencias ni a la ansiedad de producir espacios diseñados únicamente para ser fotografiados. Hay una búsqueda más silenciosa, casi intuitiva, por construir ambientes que envejezcan bien, no porque ignoren el presente, sino porque están pensados desde algo más estable: la vida cotidiana.

El uso de materiales, texturas e iluminación aparece entonces como un lenguaje emocional antes que decorativo. La calidez no se entien-



de como un estilo, sino como una experiencia. La elegancia tampoco se reduce a lo visual. Se percibe en la armonía entre elementos, en la honestidad de un espacio que no intenta ser más de lo que es y, sobre todo, en la capacidad de reflejar la personalidad de quien lo habita sin convertirla en una puesta en escena.

Quizá ahí reside una de las decisiones más claras del estudio: entender que el verdadero lujo no necesariamente está en la acumulación de objetos o gestos grandilocuentes, sino en lograr espacios que acompañen la vida con discreción, comodidad y sentido.

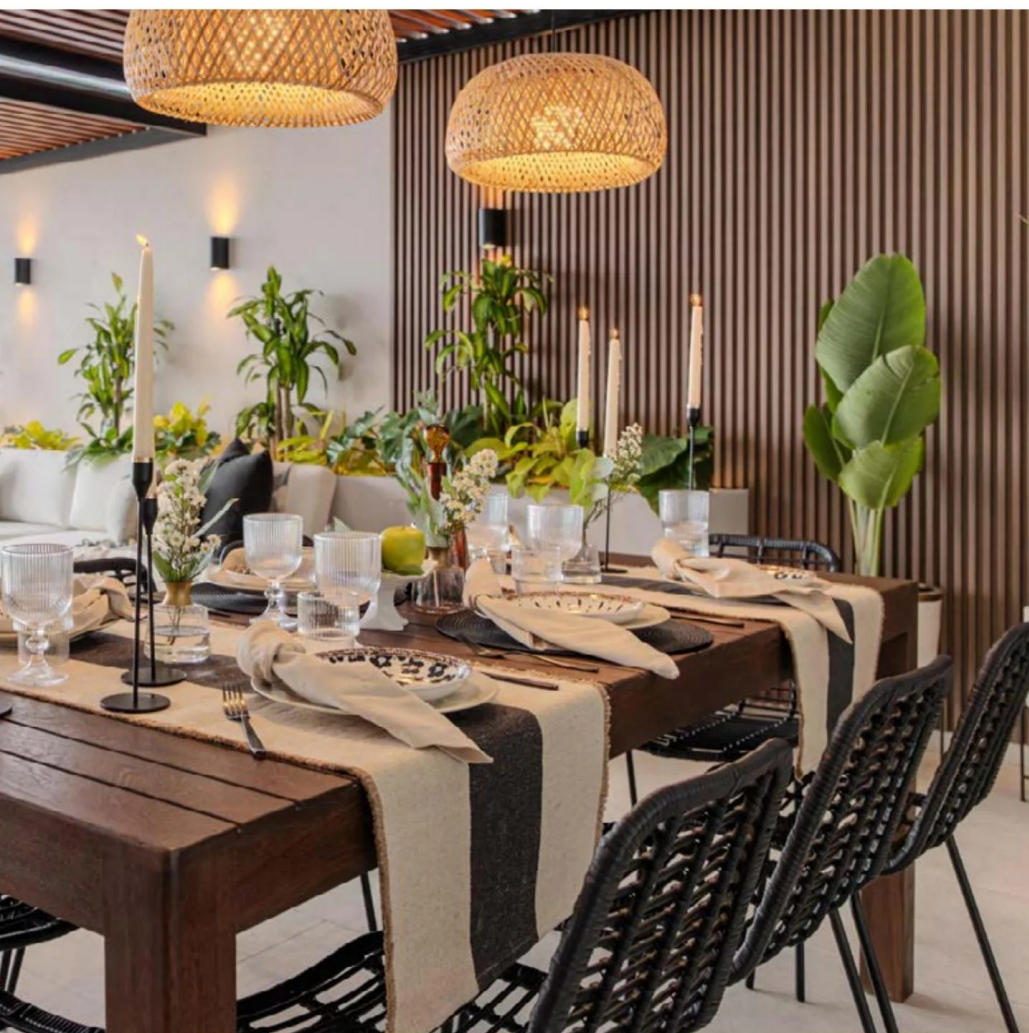
Dos miradas, una misma sensibilidad

Trabajar como dupla creativa dentro

del universo de la arquitectura contemporánea podría convertirse fácilmente en un ejercicio de negociación constante. Sin embargo, Entre Arquitectas ha encontrado una manera más orgánica de construir una visión compartida. Aunque cada una aporta una mirada distinta, existe una sensibilidad común alrededor de los detalles, la materialidad y la manera en que las personas experimentan un espacio.

Esa cercanía también define su relación con los clientes. Más que entregar una propuesta cerrada, el estudio parece interesado en abrir posibilidades, probar caminos y acompañar decisiones. Existen previews, distintas versiones de un mismo ambiente, conversaciones constantes y ajustes que permiten afinar el proyecto





hasta que algo termina de hacer clic. No se trata únicamente de ejecutar una idea, sino de construir confianza suficiente para que quien habita el espacio sienta que también participó en su transformación.

En tiempos donde gran parte del sector parece atrapado por la saturación visual, mantenerse fieles a un proceso propio puede parecer una apuesta poco urgente. Pero quizá sea precisamente eso lo que termina diferenciando a un estudio: no la velocidad con la que responde a las tendencias, sino la claridad con la que sostiene una manera de crear.

Mirando hacia adelante, Entre Arquitectas no habla únicamente de crecimiento. Habla de escala, de nuevas experiencias, de proyectos comerciales, colaboraciones e incluso escenarios fuera del país, pero sin abandonar algo que parece sostener toda su filosofía: hacer que el cliente se sienta parte del proceso. En un momento donde casi todo parece diseñado para consumirse rápido, esa insistencia por construir espacios desde la cercanía dice algo más profundo sobre su visión del futuro. La idea de que un lugar bien pensado no solo transforma una casa o un proyecto, sino también la manera en que alguien decide vivir dentro de él.



Karin Cadenas Bodas & Eventos: Una mirada refinada que transforma celebraciones

Hay una escena que Karin Cadenas conoce demasiado bien y que casi nunca aparece en las fotos. Ocurre unos minutos antes de que empiece la ceremonia, cuando todo debería sentirse bajo control pero todavía existe una tensión silenciosa que atraviesa a la pareja, a las familias y a quienes están detrás del evento. Después de diecinueve años trabajando como wedding planner y más de una década desarrollando su propia propuesta de catering para eventos, diseño y decoración, Karin aprendió que una boda no se sostiene únicamente sobre la estética. Lo que realmente permanece es la sensación de que alguien entendió la historia antes de empezar a producirla.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature

Donde la estética deja de ser suficiente

Durante años, la industria de las bodas convirtió la personalización en una palabra fácil. Todo parecía “a medida” aunque muchas veces cambiaban las flores, la paleta de colores o el montaje mientras el evento seguía sintiéndose idéntico. Karin entendió rápido que el problema no estaba en el diseño sino en el punto de partida.

Por eso insiste en comenzar cada proyecto lejos de los renders y las decisiones visuales. Primero escucha. Pregunta cómo se conocieron, qué lugares recuerdan juntos, qué tipo de energía quieren que tenga el día y qué emociones esperan conservar cuando

todo termine. A partir de ahí aparecen los moodboards, las pruebas de menú, la dirección estética y los planos. No como elementos separados sino como piezas de una misma narrativa. En su trabajo, la decoración de bodas no funciona como un accesorio sino como una extensión natural de la pareja.

Ese enfoque también explica por qué sus eventos conservan una identidad reconocible sin sentirse repetidos. Hay una búsqueda constante de elegancia y fluidez, pero nunca desde la imposición de un estilo rígido. Karin parece más interesada en interpretar que en intervenir. Quizá por eso sus bodas no buscan impresionar desde el exceso, sino desde la armonía de cada detalle.

El lujo invisible de que todo fluya

En el universo de las bodas, muchas veces el lujo no está en lo que se ve sino en lo que nadie nota. Que la comida llegue a tiempo. Que la música entre cuando debe entrar. Que una pareja pueda sentarse a cenar sin resolver problemas de último minuto. Karin habla de eso con la precisión de alguien que aprendió a detectar los errores antes de que ocurran.

Ha visto parejas intentando controlar cada detalle hasta el mismo día del evento, cronogramas saturados de actividades innecesarias y decisiones tomadas únicamente desde el presupuesto. En una época donde Pinterest y las redes sociales empujan la idea de una boda perfecta, ella parece trabajar en dirección contraria. Simplificar también es una forma de sofisticación.



Por eso insiste tanto en la coordinación integral y en construir tiempos realistas. Hay algo casi coreográfico en la manera en que describe el ritmo de una boda. La ceremonia, el cóctel, la entrada de los novios, el primer baile. Todo necesita avanzar con naturalidad para que los invitados no perciban el esfuerzo detrás. Cuando eso ocurre, el evento deja de sentirse producido y empieza a sentirse vivido. Ahí aparece una de las ideas que más se repite en su trabajo: el verdadero lujo está en la tranquilidad.

Entre Cusco y Lima, una misma sensibilidad

Trabajar bodas en ciudades tan distintas como Cusco y Lima le obligó a desarrollar una lectura más precisa de los espacios. Karin no llega a una locación imponiendo una fórmula previa. Observa el contexto, entiende la arquitectura, revisa la logística y detecta aquello que el lugar ya tiene a favor antes de intervenir.

En Cusco, por ejemplo, aprovecha el paisaje, las flores locales y ciertos códigos culturales que le permiten construir experiencias más conectadas con el entorno. La ciudad tiene una presencia tan fuerte que competir con ella sería un error. Karin prefiere acompañarla. A partir de materiales andinos, referencias visuales propias del lugar y una propuesta gastronómica vinculada a la cocina local, construye bodas que se sienten parte de Cusco, no simplemente instaladas sobre él.

Lima le ofrece otro tipo de libertad: la posibilidad de transformar espacios, arriesgar con montajes más complejos y moverse entre hoteles boutique, jardines privados o haciendas en Pachacámac. Todo ello le permite explorar una estética más versátil, sin perder una misma intención: crear experiencias cálidas, elegantes y cuidadosamente orquestadas. En una época en la que muchas bodas parecen diseñadas para circular en redes sociales, Karin sigue trabajando con la experiencia presencial como prioridad.





Los detalles que nadie olvida

Con el tiempo, Karin desarrolló una premisa esencial sobre lo que realmente recuerdan los invitados. No son necesariamente las flores más costosas ni la producción más monumental. Son los momentos donde alguien sintió que hubo atención real.

Habla de la temperatura correcta de un plato, de cómo un mozo sirve una copa de vino o de la manera en que un buffet se abre exactamente cuando debe abrirse. También de la música adecuada en el momento preciso y de esos pequeños gestos personalizados que consiguen convertir una boda en algo irrepetible. Recuerda especialmente a una pareja que decidió incluir en el buffet los platos favoritos que descubrieron viajando juntos. No era un detalle pensado para la foto. Era una forma de contar su historia sin necesidad de explicarla.

Ahí está la diferencia entre producir un evento y construir una experiencia emocionalmente duradera. Karin no parece obsesionada con crear bodas perfectas sino memorias honestas, bien ejecutadas y profundamente personales. Después de tantos años dentro de la industria, entendió que su sello no es únicamente visual. Es una forma de hacer que las personas se sientan sostenidas mientras atraviesan uno de los días más importantes de sus vidas.



Verana Beauty Studio aparece como un espacio recién inaugurado en Lima que no busca competir por velocidad ni por exceso, sino por una idea más difícil de sostener: la pausa como experiencia diseñada. Detrás del proyecto está Ximena Montoya, arquitecta de profesión, que traslada su lenguaje técnico al terreno íntimo de la belleza, donde cada decisión espacial parece pensada para modificar la manera en que una persona entra, se detiene y permanece.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature

Cuando el espacio empieza antes que el servicio

Ximena habla del origen de Verana desde una convicción que no se queda en lo estético. El estudio nace, según cuenta, de la necesidad de construir un entorno que no solo se vea bien, sino que genere una sensación concreta en quien lo habita. El diseño no es un fondo decorativo, sino parte de la experiencia que acompaña a cada cliente como una forma de guiar estados: la distribución, los colores y las texturas operan como un sistema silencioso que influye en cómo se percibe el tiempo dentro del lugar.

La idea de bienestar, en este contexto, no se reduce a un resultado visible. Lo que Verana propone es una experiencia donde el diseño antecede al servicio y lo condiciona. No se trata únicamente de belleza, sino de un tipo de atención que entiende que el cuerpo llega con una historia previa, con tensión acumulada, con ritmo propio.

El self-care como lenguaje privado

En la conversación aparece una frase que condensa el enfoque del estudio: el self-care no como apariencia, sino como experiencia. En Verana, la atención personalizada no es un valor agregado, sino el punto de partida. Cada clienta entra en un sistema que busca leer necesidades antes que aplicar protocolos, ajustando la experiencia a lo que no siempre se dice en voz alta.

Esa lectura individual redefine también el rol del espacio. El estudio no se comporta como un lugar uniforme, sino como una serie de micro-escenarios donde la experiencia se adapta, se ajusta, respira distinto según quien lo habita. La estética deja de ser un acabado





Verana Beauty Studio: La visión contemporánea del self-care

para convertirse en una forma de escucha.

El lujo como precisión, no como exceso

En Verana, la palabra lujo no se asocia a acumulación, sino a coherencia. Ximena lo describe como la suma de decisiones pequeñas que, en conjunto, sostienen una atmósfera. La música, la luz, los materiales y la forma de atención no compiten entre sí, sino que se ordenan para producir una continuidad.

Ese enfoque desplaza la idea tradicional de los estudios de belleza en Lima, donde la competencia suele medirse en servicios o rapidez. Aquí, el diferencial no está en lo que se ofrece, sino en cómo

se sostiene la experiencia de quien entra. El espacio busca generar una sensación de calma y permanencia.

Crece sin perder la escala humana

El futuro de Verana no se formula en términos de expansión inmediata. Ximena lo plantea desde otro lugar: crecer en significado antes que en número de sedes. La idea es que el nombre no remita únicamente a un servicio, sino a un estado, a una forma de bienestar que pueda reconocerse incluso fuera del espacio físico.

En esa visión, la marca deja de ser un estudio de belleza para convertirse

en una experiencia que se activa en la memoria. No como un concepto aspiracional, sino como algo más cotidiano: la posibilidad de que el cuidado personal no sea un momento aislado, sino una forma de habitar el día.

No todos los espacios buscan ser recordados. Algunos, como Verana, parecen diseñados para quedarse un poco más allá de la visita, en ese lugar donde la arquitectura ya no se ve, pero sigue influyendo en cómo se siente el tiempo.



María Fernanda Coli: Cuando el liderazgo humano redefine el negocio global

María Fernanda Coli habla de crecimiento sin necesidad de recurrir a cifras grandilocuentes. Su recorrido profesional atraviesa distintos mercados y culturas, pero hay algo que permanece constante en cada decisión que toma: la convicción de que los negocios más sólidos se construyen desde la lectura humana de las personas, los contextos y el tiempo.

Escribe: Nataly Vásquez

Lo que no se ve también construye poder

Hablar de liderazgo internacional suele asociarse con expansión, estrategia y resultados. María Fernanda Coli propone otra mirada: detrás de toda operación exitosa existe una capacidad menos visible, pero decisiva, la de interpretar personas antes que procesos.

Para ella, dirigir no consiste únicamente en ejecutar con rapidez, sino en comprender qué necesita cada entorno antes de intervenir en él. Esa sensibilidad —más cercana a la observación que al discurso— se ha convertido en uno de los pilares de su visión empresarial.

En mercados donde todo cambia constantemente, la confianza continúa siendo un activo irremplazable. Y esa confianza, asegura, no se impone: se construye con consistencia, presencia y credibilidad sostenida en el tiempo.

La estrategia también necesita sensibilidad

Parte de los desafíos del liderazgo moderno no están en los números, sino en aquello que no aparece en los reportes. Comprender cómo piensa una cultura, cómo negocia una región o cómo se percibe una marca dentro de distintos contextos puede definir el éxito o el fracaso de una expansión.

Esa capacidad de adaptación ha sido clave en su trayectoria internacional. Entre América Latina, Europa y Estados Unidos, Coli ha desarrollado una visión donde la lectura cultural no es un complemento de la estrategia, sino una herramienta central para tomar decisiones inteligentes.

“

Muchas veces el problema no es la velocidad con la que una empresa avanza, sino su capacidad para entender el entorno al que llega”

El valor de la permanencia

En una época dominada por la inmediatez, María Fernanda defiende una idea poco común en el mundo corporativo: la permanencia también es una forma de liderazgo.

Mientras muchas marcas buscan resultados rápidos, ella apuesta por construir estructuras capaces de sostenerse en el





tiempo. Para lograrlo, considera indispensable desarrollar vínculos sólidos, equipos confiables y una reputación coherente con aquello que se comunica.

Su enfoque evita el protagonismo excesivo y prioriza algo más difícil de mantener: la credibilidad.

Cuando todo puede copiarse, queda la forma

Las ideas se replican. Los modelos cambian. Las tendencias pasan. Pero la manera en que una persona lidia, escucha y genera confianza sigue siendo imposible de automatizar.

Ahí es donde María Fernanda Coli encuentra la verdadera diferencia competitiva: en la capacidad de conectar estrategia con sensibilidad humana sin perder visión empresarial.

Porque cuando la velocidad deja de ser suficiente, son la inteligencia emocional, la lectura del contexto y la solidez de las relaciones las que terminan definiendo quién permanece.

Mientras gran parte de la industria de belleza insiste en acelerar resultados, Alkhimia decidió construir su propuesta desde otro lugar. La marca creada por Ana Paula Solórzano, también conocida como Paula de Milo, entiende el cuidado personal como una práctica de conexión cotidiana donde la cosmética consciente, la botánica y la biotecnología verde conviven sin exceso discursivo. Más que instalar una idea aspiracional de bienestar, Alkhimia plantea una relación más atenta con el cuerpo, el tiempo y esos pequeños rituales que suelen perderse dentro de la rutina diaria.

Escribe: Nataly Vásquez

La belleza cuando deja de ser inmediata

La conversación alrededor del cuidado personal suele estar dominada por resultados rápidos, fórmulas virales y promesas que duran lo mismo que una tendencia digital. En Alkhimia, la lógica parece ir en dirección contraria. La marca trabaja desde la idea de volver al origen, pero no desde la nostalgia, sino desde una lectura contemporánea de aquello que sigue teniendo sentido.

Las formulaciones combinan ingredientes botánicos, activos funcionales y procesos de biotecnología verde que buscan eficacia sin perder sensibilidad. Sin embargo, el verdadero diferencial no aparece únicamente en la composición de los productos, sino en la experiencia completa que los rodea. Cada textura, cada aroma y cada gesto dentro del ritual parecen diseñados para desacelerar la relación automática que muchas personas tienen hoy con el autocuidado.

Ana Paula entiende que el bienestar no necesariamente necesita más complejidad. De hecho, gran parte de su propuesta se sostiene sobre la idea opuesta: reducir el ruido para recuperar atención sobre uno mismo.

Un ritual menos performático y más humano

Dentro del universo de la cosmética herbal, muchas marcas hablan de conexión, energía o equilibrio, aunque pocas consiguen traducir esos conceptos en algo tangible. Alkhimia evita convertir el bienestar en una performance estética y trabaja desde un registro más silencioso, donde el ritual no se impone como disciplina, sino como





Alkhimia: Una nueva sensibilidad en belleza botánica

una práctica cotidiana que puede integrarse con naturalidad en la vida de alguien. Esa misma sensibilidad también se traslada a talleres y experiencias sensoriales impulsadas por la marca, donde el aroma, la exploración olfativa, el ritual y la creación funcionan como una extensión natural de su universo de bienestar.

Sus líneas de hair care, face care, body care y aromaterapia no funcionan como categorías aisladas. Existe una narrativa compartida donde el cuerpo deja de dividirse en partes y empieza a entenderse como una experiencia completa. La eficacia importa, pero nunca aparece separada de la sensorialidad.

Esa relación entre funcionalidad y emoción es probablemente una de las decisiones más interesantes de la marca. En Alkhimia, un producto no busca únicamente cumplir una función técnica sobre

la piel o el cabello. También intenta modificar el ritmo con el que una persona atraviesa un momento íntimo de su día.

Por eso el concepto de ritual moderno adquiere aquí otro significado. Ya no se trata de acumular pasos, sino de recuperar presencia dentro de acciones que normalmente ocurren en automático.

El universo de Ana Paula

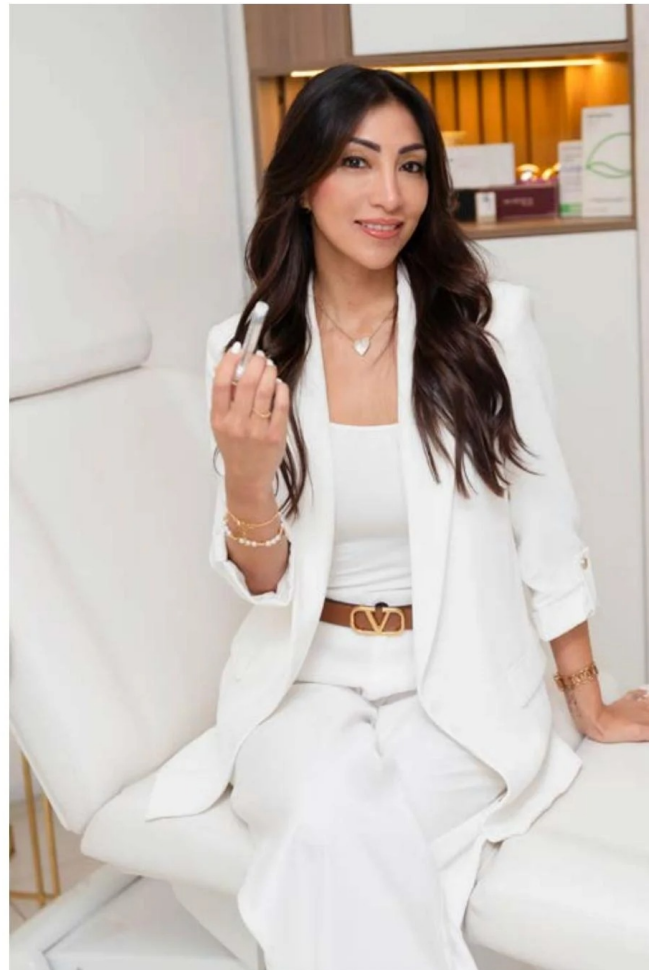
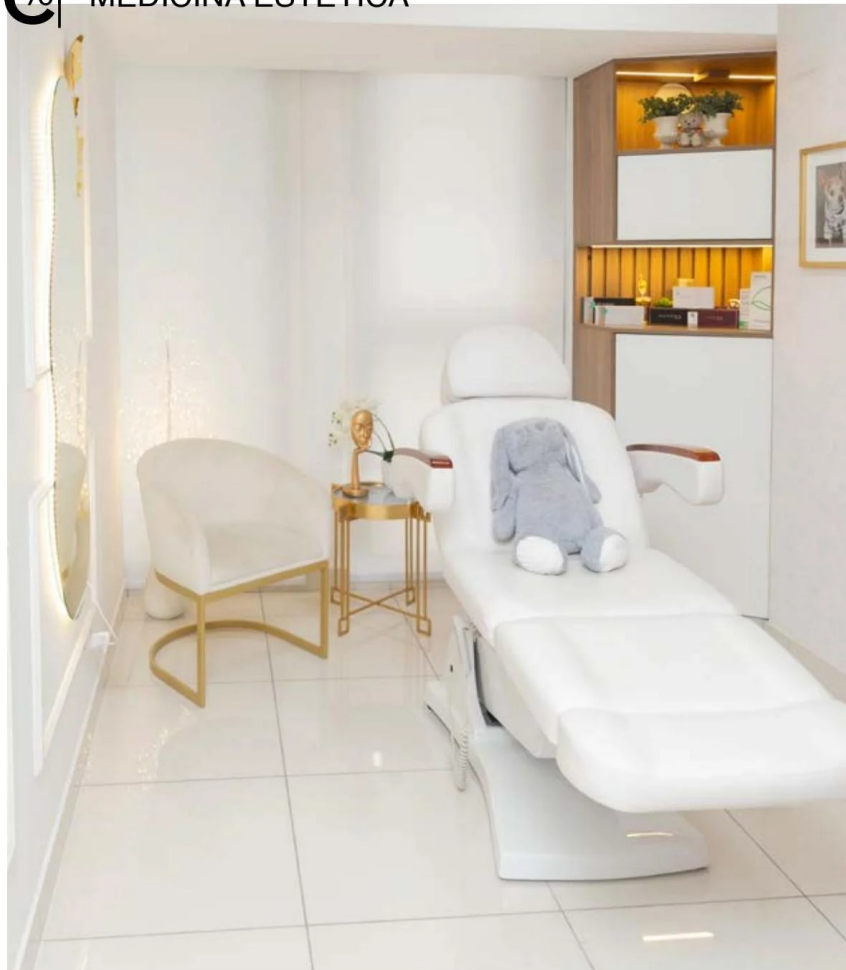
La historia de Alkhimia también se entiende mejor cuando aparece Ana Paula dentro de la conversación. Su recorrido creativo no nace desde la cosmética tradicional, sino desde años de exploración alrededor de la botánica, la alquimia vegetal, el tarot, la música, la poesía y distintas culturas ancestrales donde el cuerpo y el espíritu nunca fueron territorios separados.

Lo interesante es que esa sensibilidad no se traduce en una narrativa hermética ni

inaccesible. Ana Paula logra construir una identidad sofisticada sin necesidad de convertirla en algo distante. El lenguaje visual de la marca, su ritmo y la forma en que comunica bienestar responden más a una sensibilidad emocional que a una estrategia evidente de posicionamiento.

En una industria saturada de discursos aspiracionales, Alkhimia parece encontrar valor en algo menos evidente: hacer que las personas vuelvan a prestarse atención.

La sensación que deja la marca tiene menos que ver con consumir un producto y más con recuperar una cierta forma de habitar el tiempo. Quizá por eso conecta con una generación que ya no busca únicamente verse bien, sino sentirse conectada a sí misma mientras atraviesa la velocidad cotidiana.



Dra. Diana Gamarra: La evolución de la belleza hacia la medicina regenerativa

La sofisticación de no parecer intervenido

Durante años, la conversación alrededor del antiaging estuvo asociada al exceso. Rostros inmóviles, volúmenes artificiales y una obsesión por borrar cualquier rastro de tiempo terminaron creando una estética repetida que hoy empieza a sentirse agotada. Lo interesante es que el cambio no nació desde la industria, sino desde los propios pacientes, cada vez más interesados en verse bien sin dejar de parecer ellos mismos.

Desde esa lógica, la idea de belleza que propone Diana se aleja de lo evidente. Habla de equilibrio, de proporciones y de identidad facial con una naturalidad

que deja claro que su trabajo no empieza con una jeringa, sino con una observación mucho más profunda. Para ella, la verdadera elegancia aparece cuando el resultado no puede explicarse fácilmente, cuando alguien luce descansado, armónico o luminoso sin que exista una transformación evidente detrás.

En su consulta, la conversación importa tanto como el procedimiento. Antes de plantear cualquier tratamiento, busca entender qué proyecta cada paciente, cómo se siente consigo mismo y qué relación tiene con su propia imagen. En un momento donde las referencias estéticas parecen construirse desde filtros y algoritmos, detenerse a escuchar se vuelve casi una posi-

ción editorial.

El rostro como identidad, no como tendencia

Hablar hoy de armonización facial implica entrar en un terreno delicado. La tendencia explotó globalmente al mismo ritmo que crecieron los temores alrededor de resultados exagerados y rostros que terminan perdiendo expresión. Diana lo sabe y por eso insiste en que el problema nunca ha sido la técnica, sino la falta de criterio. Su enfoque parte de entender el rostro como un sistema completo. No trabaja únicamente sobre la piel, sino sobre la estructura ósea, la dinámica muscular, los volúmenes naturales y la forma en que cada rasgo conversa con el otro. Hay una

Hay una nueva generación de especialistas en medicina estética que ya no trabaja desde la transformación, sino desde la lectura precisa de lo que una persona es antes de cualquier procedimiento. En ese espacio se mueve la Dra. Diana Gamarra, médica cirujana especializada en rejuvenecimiento facial, una profesional que entiende el rostro como identidad y no como tendencia. Su aproximación no gira alrededor de cambiar facciones ni perseguir perfecciones imposibles, sino de construir resultados silenciosos, de esos que modifican la manera en que alguien se mira sin alterar aquello que lo hace reconocible.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature



mirada casi arquitectónica detrás de cada decisión, aunque el objetivo final sea precisamente que nada parezca construido. También hay algo poco frecuente en su discurso: la intención de desacelerar. En una industria acostumbrada a prometer cambios inmediatos, ella prefiere procesos progresivos. Primero la calidad de la piel,

luego la armonía. Primero el equilibrio, después los detalles. La idea no es llenar un rostro, sino devolverle coherencia.

Por eso insiste tanto en educar al paciente. Explica, corrige expectativas y pone límites cuando es necesario. Entiende que muchas veces las personas llegan

condicionadas por referencias digitales que no respetan anatomías reales ni expresiones humanas. Su trabajo, entonces, también consiste en devolver cierta calma a la percepción estética contemporánea.

La dimensión emocional de verse bien

Lo más interesante aparece cuando la conversación deja de girar alrededor de la apariencia y empieza a hablar de bienestar. Porque detrás de cada tratamiento existe casi siempre una historia más íntima, algo que rara vez se dice en voz alta al entrar a una consulta.

Diana lo ha visto repetirse muchas veces. Pacientes que llegan buscando un cambio pequeño y terminan recuperando seguridad, comodidad frente al espejo o incluso confianza para volver a exponerse socialmente. No habla de perfección porque tampoco cree en ella. Habla de sentirse alineado con la propia imagen, que es algo bastante distinto.

En esa parte del proceso, el vínculo humano se vuelve central. Escuchar, entender inseguridades y acompañar desde un lugar respetuoso termina siendo tan importante como la técnica médica. Quizá por eso sus resultados buscan verse naturales incluso emocionalmente. No hay intención de construir una nueva versión de alguien, sino de reforzar la que ya existe.

La conversación alrededor de la medicina estética probablemente seguirá evolucionando junto con las tendencias, las tecnologías y los estándares visuales de cada época. Pero hay algo que empieza a quedarse claro entre quienes entienden el lujo desde un lugar más silencioso: la sofisticación ya no está en cambiar el rostro hasta volverlo irreconocible, sino en conservar aquello que lo hace único mientras el tiempo sigue avanzando.

A Daniela Blanco le tomó tiempo entender que la pregunta correcta no era qué quería hacer con su vida, sino qué podía construir a partir de aquello que ya habitaba en ella. Hoy, después de formarse como fashion stylist en la ciudad de Nueva York, estudiar en FIT NYC y desarrollar una propuesta que cruza asesoría de imagen, identidad y estrategia personal, Daniela trabaja desde un lugar poco común: ayudar a otras mujeres a reconocerse en el espejo sin sentir que deben convertirse en alguien más para lograrlo.

Entrevista: Romina Medina / Fotos: Revista Signature

El lugar donde empieza una transformación

Hubo un momento en que Daniela entendió que insistir en un camino equivocado también es una forma de perderse. Después de graduarse de la universidad y probar suerte en un rubro que no la hacía feliz, decidió detenerse. No tenía un plan claro ni una respuesta inmediata. Solo una pregunta insistente que, según cuenta, aparecía todos los días: ¿en qué era realmente buena?

La respuesta no llegó de forma espectacular. Llegó después de mirar hacia adentro. El interés por la imagen existía, pero todavía no había sido nombrado como posibilidad profesional. Fue entonces cuando decidió estudiar asesoría de imagen en Lima, descubrir que tenía talento y asumir algo que cambiaría el rumbo de todo: si iba a construir una carrera seria, necesitaba salir de su zona conocida.

Nueva York apareció como una elección estratégica y emocional al mismo tiempo. No solo por la industria de la moda, sino porque representaba una forma distinta de exigencia. Daniela llegó sin privilegios extraordinarios, sosteniendo sus estudios mientras cuidaba niños, mudándose constantemente y aprendiendo a sobrevivir en una ciudad donde el tiempo, el dinero y la estabilidad rara vez alcanzan.

Ese tramo de la historia no aparece en sus redes ni suele formar parte de la conversación visible. Sin embargo, es probablemente el lugar donde se consolidó algo más importante que una formación internacional: una sensibilidad distinta frente al esfuerzo, al miedo y a las personas.



Daniela Blanco: Una nueva conversación sobre estilo entre Nueva York y Latinoamérica

La ropa nunca fue solo ropa

En el universo de Daniela, la imagen no ocupa el lugar superficial al que tantas veces se le reduce. Hablar de vestirse bien no significa perseguir tendencias ni acumular piezas nuevas, sino entender cómo una persona desea habitar el mundo y qué quiere comunicar incluso antes de decir una palabra.

Para Daniela, una imagen personal bien construida tiene implicancias mucho más profundas que verse bien en una fotografía. Habla de organización, de presencia, de intención y de autoestima. También de cómo alguien se percibe a sí mismo. La ropa, explica, es parte del lenguaje no verbal y tiene un impacto silencioso sobre la seguridad con la que una persona enfrenta el día.

No resulta casual entonces que muchas de sus clientas lleguen en momentos de transición. Cambios de cuerpo, maternidad, rupturas, nuevos trabajos, inseguridades que no siempre se dicen en voz alta. Daniela trabaja desde ahí, entendiendo que pocas veces una mujer busca transformar su armario únicamente por estética. Muchas veces, lo que busca es recuperar una parte de sí misma.

Su método parte de una premisa poco evidente: antes de sugerir prendas, primero necesita entender vidas. Escucha rutinas, contextos, ambiciones, inseguridades y hábitos cotidianos. Después traduce todo eso en texturas, formas, colores y piezas que tengan sentido para esa persona específica. La intención no es vestir un ideal, sino construir una versión más clara de quien ya existe.

Contra el ruido de las tendencias

En una industria acostumbrada a la velocidad, Daniela prefiere hablar de permanencia. Repite una idea con insistencia: quiere que sus clientas tengan

estilo personal, no que sean fashionistas. La diferencia parece pequeña, pero cambia completamente el enfoque.

Las tendencias, dice, pasan. El estilo personal permanece, aunque evolucione. Puede transformarse con la edad, el trabajo, la maternidad, un cambio de ciudad o incluso una nueva versión emocional de uno mismo, pero mantiene una coherencia que permite reconocerse.

Esa mirada también explica por qué evita fórmulas universales. Ninguna clienta recibe exactamente la misma propuesta. Daniela no trabaja desde referencias impersonales ni desde tableros de tendencias. Su formación como fashion stylist le permitió desarrollar algo distinto: una capacidad para interpretar personas y construir narrativas visuales que respondan a su identidad real.

A veces, eso implica resignificar prendas olvidadas, ajustar siluetas o rediseñar piezas que parecían condenadas al fondo del clóset. Su trabajo incorpora una dimensión poco habitual dentro de la asesoría de imagen: el diseño y personalización de prendas para lograr un fitting preciso, algo que también traslada a proyectos con artistas, campañas y construcción de marca personal.

No se trata de comprar más. Se trata de entender mejor.

Lo que una mujer decide creer sobre sí misma

Daniela suele volver a una experiencia personal cuando intenta explicar por qué hace lo que hace. Hubo momentos difíciles en los que salir adelante parecía demasiado pesado y, sin embargo, descubrió algo inesperado: arreglarse cambiaba su manera de enfrentar el día.

Vestirse bien no solucionaba el problema, pero modificaba la postura con

la que lo enfrentaba. Había algo en verse fuerte que ayudaba a sentirse fuerte. Algo en recordar el propio valor incluso en los días más frágiles.

Tal vez por eso D' Blanc Style, la marca que proyecta a futuro, quiere ir más allá de la ropa. Daniela imagina un espacio donde las mujeres puedan encontrar herramientas ligadas al bienestar, la seguridad, el desarrollo personal y la presencia. Un lugar donde la imagen no sea entendida como una capa externa, sino como parte de un equilibrio más amplio.

En parte, esa mirada también nace del contraste entre dos ciudades que marcaron su forma de entender la imagen. En Nueva York, Daniela encontró una relación con la ropa mucho más ligada a la identidad: personas que usan el estilo para expresarse, sin depender necesariamente de tendencias o validaciones externas. En Lima, observa algo distinto. Muchas veces, dice, la moda todavía se vive desde la repetición, las referencias inmediatas o cierta cautela frente a lo diferente. No siempre por falta de interés, sino por una oferta limitada y una cultura donde destacar todavía puede incomodar. Aun así, percibe un cambio gradual. Cada vez más mujeres empiezan a preguntarse qué las representa realmente y qué quieren comunicar con su imagen. Quizá ahí empieza esa nueva conversación sobre estilo entre Nueva York y Latinoamérica: menos sobre copiar y más sobre reconocerse.

Quizá esa sea la conversación que Daniela intenta abrir. La de entender que la imagen no se construye para encajar ni para parecer alguien distinto. Se construye, a veces lentamente, para recordar quién se es cuando el ruido exterior empieza a confundirlo todo.

VALDIVIEZO CLINIC

MEDICINA ESTÉTICA AVANZADA





Valdiviezo Clinic: La evolución de la estética contemporánea

Hablar de medicina estética avanzada ya no implica únicamente procedimientos o tecnología; implica una forma distinta de relacionarse con uno mismo. En Piura, Valdiviezo Clinic ha comenzado a ocupar ese espacio donde el bienestar, la precisión médica y la experiencia convergen sin necesidad de exagerar resultados. Más de 30 mil pacientes después, la clínica parece haber entendido algo que hoy pesa más que cualquier tendencia: las personas no buscan convertirse en alguien distinto, sino sentirse más cerca de sí mismas.

Escribe: Nataly Vásquez



Cuando la confianza deja de ser un discurso

Existe una diferencia silenciosa entre corregir algo y reconciliarse con la propia imagen. Durante años, la conversación alrededor de la medicina estética premium estuvo asociada a cambios evidentes o estándares difíciles de sostener. Hoy el escenario parece otro. La sofisticación ya no está en transformar un rostro, sino en preservar identidad mientras se acompaña un proceso personal.

Esa lógica atraviesa el trabajo de Valdiviezo Clinic. Procedimientos como Morpheus8, Endolift o la armonización facial no aparecen aquí como soluciones rápidas ni fórmulas universales, sino como herramientas que responden a una búsqueda más íntima: verse descansado, sentirse bien frente al espejo y recuperar una seguridad que muchas veces se desgasta en silencio. El resultado, según la filosofía de la clínica, no debería anunciarse antes de entrar a un lugar, sino percibirse de forma natural.





La precisión también puede sentirse cercana

El crecimiento de una clínica estética suele medirse por cifras, nuevas sedes o equipos de última generación. Sin embargo, hay otro indicador menos evidente: la confianza sostenida. Valdiviezo Clinic ha construido parte de su posicionamiento desde una experiencia donde la tecnología no desplaza el acompañamiento humano, sino que lo respalda.

La incorporación de tratamientos responde a un criterio que evita la urgencia de seguir tendencias pasajeras. En una industria donde la novedad suele confundirse con innovación, la clínica insiste en otro camino: protocolos respaldados, capacitación constante y una idea de belleza que no compite con el rostro original de una persona. Quizá por eso conceptos como naturalidad y seguridad aparecen constantemente dentro de su conversación, no como eslogan, sino como límite ético.

El valor de sentirse escuchado

En tiempos donde la atención personalizada se ha convertido en un lujo escaso, la experiencia adquiere otra dimensión. Desde el primer acercamiento hasta el seguimiento posterior, la clínica ha apostado por construir una relación que no termine cuando acaba un procedimiento. La permanencia, en este caso, parece estar en cómo alguien se siente después de salir.

No es casual que la conversación sobre rejuvenecimiento facial, bienestar o autoestima haya empezado a cambiar de tono. Hoy muchas personas entienden estos tratamientos como una inversión emocional tanto como estética. No necesariamente para verse más jóvenes, sino para reconocerse con más tranquilidad.

Quizá ahí esté la verdadera transformación. No en aquello que otros notan primero, sino en el momento en que alguien vuelve a sentirse cómodo con la versión de sí mismo que encuentra frente al espejo.



NUEVO GRECALE LA MÁXIMA EXPRESIÓN DE DEPORTIVIDAD



El Grecale Trofeo encarna el espíritu de competición de Maserati, llevando el concepto de SUV de lujo a un nivel superior. Equipado con el potente motor V6 biturbo Nettuno de 3.0 litros, heredado del superdeportivo MC20 e inspirado en la Fórmula 1, entrega una impresionante potencia de 530 hp y 620 Nm de torque, alcanzando los 100 km/h en solo 3.8 segundos. Cada detalle ha sido cuidadosamente diseñado para ofrecer una experiencia de conducción inigualable.

Lorem ipsum

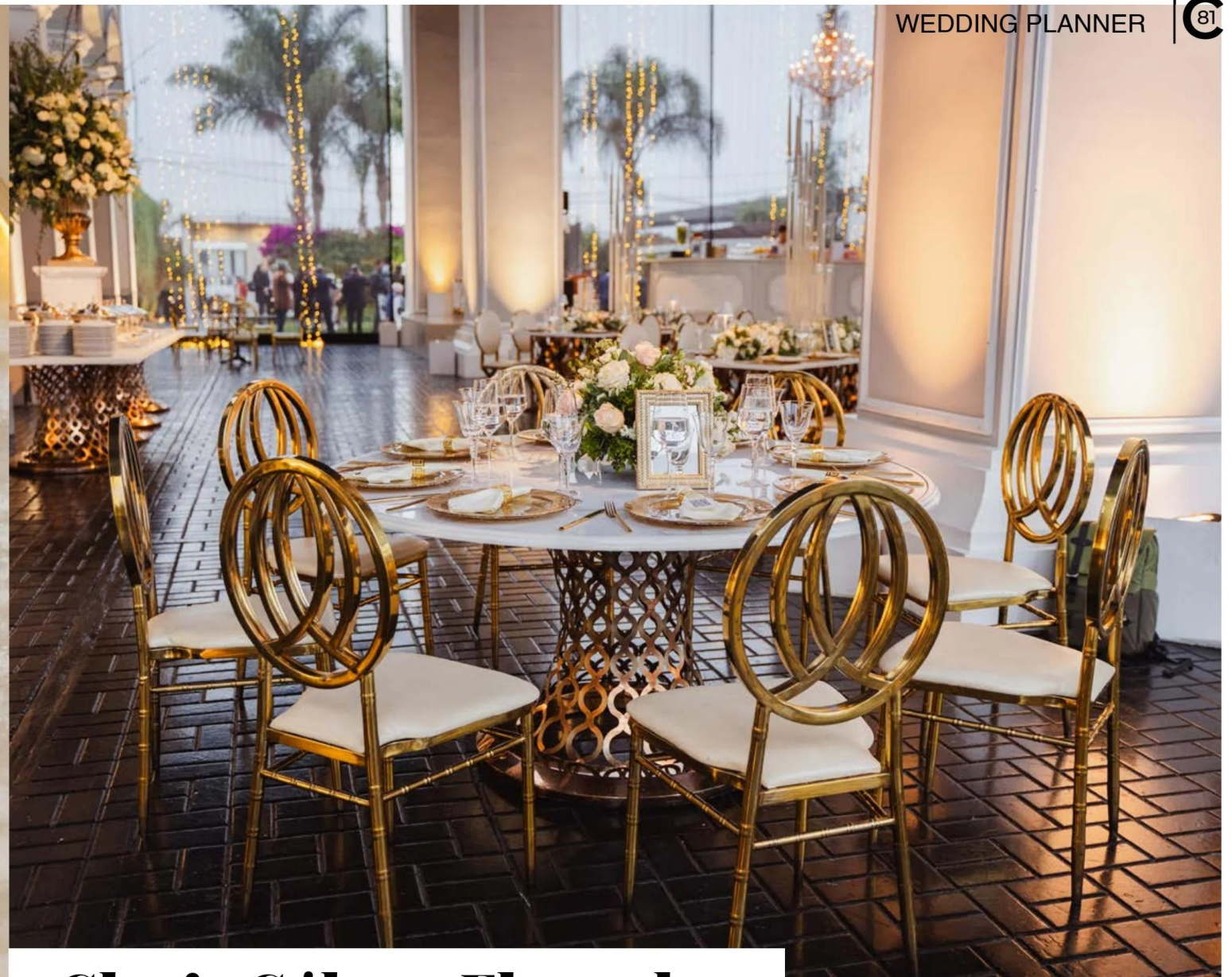


GRECALE TROFEO DIVERSIÓN Y LUJO EN UN SUV MASERATI.



Gracias a sus modos de manejo GT, Comfort, Sport y Off-Road, el Grecale se adapta a cualquier estilo y terreno. El exclusivo modo Corsa revela toda su esencia deportiva: respuesta inmediata, Launch Control integrado y un escape con un sonido visceral que despierta emociones. Con el Grecale Trofeo, Maserati reafirma su legado: lujo, innovación y un alma apasionada. Más que un SUV, es una invitación a transformar cada día en algo extraordinario.





Gloria Gálvez: El nombre que transforma bodas en experiencias exclusivas

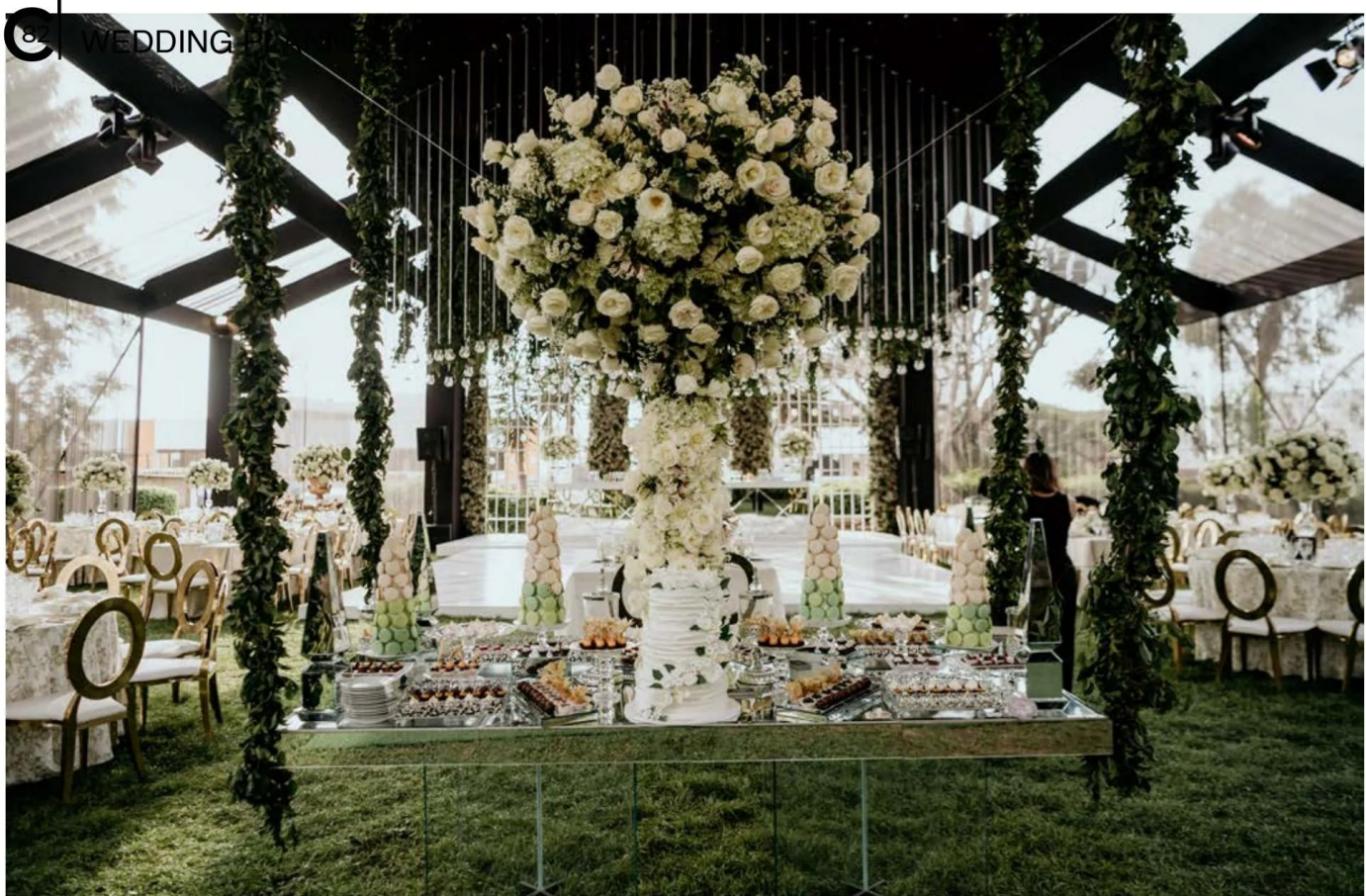
Gloria Gálvez aprendió con los años que una boda rara vez se recuerda por aquello que intentó impresionar. Después de más de una década acompañando parejas en uno de los momentos más decisivos de sus vidas, ha desarrollado una sensibilidad que parece moverse entre la estrategia y la intuición: entender quiénes son los novios antes de pensar cómo será la celebración. En un escenario donde las bodas personalizadas han reemplazado fórmulas previsibles, su trabajo no gira únicamente alrededor de la organización, sino de algo más difícil de lograr: que cada detalle se sienta tan natural como inevitable para quienes lo viven.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature

Cuando cada detalle empieza a parecerse a alguien

Hablar hoy de una boda auténtica implica aceptar que el lujo cambió de forma. Durante mucho tiempo estuvo asociado al exceso, a la espectacularidad o a la capacidad de replicar aquello que parecía inalcanzable. Gloria, sin embargo, insiste en otro camino. Para ella, la autenticidad no aparece en aquello que impresiona de inmediato, sino en la suma de pequeños gestos capaces de revelar quiénes son realmente los novios.

Por eso, las parejas que llegan a ella no suelen buscar únicamente una producción impecable. Buscan verse reflejadas. Quieren que sus invitados entiendan algo de ellos sin necesidad de explicaciones, que los espacios, los tiempos y hasta las decisiones más discretas hablen de su historia compartida. Ahí aparece una idea que Gloria repite casi como una convicción personal: el verdadero lujo está en la personali-



zación y en los detalles que logran transmitir algo real.

La confianza antes que cualquier tendencia

Después de más de diez años como wedding planner, Gloria no habla de éxito en términos de volumen. No parece interesada en acumular celebraciones ni en construir una marca sostenida únicamente por una estética reconocible. Lo que menciona primero son sus valores, una firmeza que, según cuenta, intenta mantener tanto en el plano profesional como en el personal.

Desde la primera conversación con cada pareja, la honestidad ocupa un lugar central. Hablar con claridad sobre presupuestos, aterrizar expectativas y explicar el alcance real del proceso se vuelve parte de una relación que, en muchos casos, termina extendiéndose más allá de la boda misma. En una industria donde las emociones suelen intensificar cada decisión, Gloria parece haber entendido que la confianza no surge de prometer perfección, sino de transmitir la sensación de que alguien sabe sostener el proceso incluso cuando aparecen dudas.

El oficio invisible de acompañar emociones

Existe una parte del trabajo de una wedding planner que rara vez aparece en las fotografías finales. No tiene que ver con flores, iluminación o mesas cuidadosamente montadas. Tiene más relación con escuchar. Con





entender tensiones silenciosas, expectativas distintas o el cansancio emocional que puede surgir mientras se organiza uno de los momentos más significativos de una relación.

Gloria reconoce que el rol ha cambiado y que hoy muchas veces termina pareciéndose también al de una mediadora emocional. Saber cuándo intervenir y cuándo simplemente escuchar se vuelve una habilidad tan necesaria como coordinar proveedores. El día de la boda, cuando los nervios inevitablemente aparecen, su función cambia otra vez: transmitir calma. Decirles a los novios que disfruten, que se permitan vivir el momento y confiar en que alguien está cuidando todo aquello que no pueden ver.

Lo que permanece cuando termina la celebración

Las tendencias cambian rápido y el universo de las bodas de lujo parece reinventarse constantemente. Nuevas experiencias, propuestas más inmersivas y celebraciones diseñadas casi como relatos personales han transformado las expectativas de muchas parejas. Gloria lo sabe y entiende que adaptarse forma parte del oficio, pero también parece tener claro aquello que no quiere perder en el camino.

Más que construir una agenda llena, busca dejar un tipo específico de recuerdo. No aquel que se mide en fotografías perfectas o en decoraciones memorables, sino uno menos evidente: que el proceso no haya sido una fuente de conflicto, que la organización haya reforzado la idea de equipo y que, al mirar atrás, la pareja sienta que la boda habló de ellos sin artificios.

Tal vez la diferencia está ahí. En comprender que una celebración termina en pocas horas, pero la sensación de haber sido comprendidos suele quedarse mucho más tiempo.



Spot Salón: Un modelo de cuidado centrado en la personalización

En un punto de San Isidro donde la estética compite por atención constante, Spot Salón ha ido consolidando una idea menos evidente de belleza. Una donde el servicio no se entiende como gesto aislado, sino como experiencia completa que articula técnica, personalización y una lectura más amplia del bienestar. En ese recorrido, el salón ha ido definiendo una identidad que no se apoya únicamente en lo visual, sino en cómo cada clienta se siente dentro de ese espacio.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature

La belleza como experiencia sostenida

Dentro de Spot Salón, la conversación sobre belleza integral no se limita a tendencias ni a técnicas en constante actualización, aunque ambas forman parte del día a día. El punto de partida parece estar en otro lugar, en la decisión de entender que cada persona llega con una historia distinta y que el servicio debe responder a esa singularidad sin convertirla en protocolo rígido.

Esa lógica se traduce en una atención que busca equilibrio entre resultado y experiencia. La estética no desaparece, pero deja de ser el único centro de gravedad. El espacio, la forma de acompañar cada proceso y la relación con las clientas se alinean en una misma dirección, donde el objetivo no es solo que alguien se vea bien al salir, sino que sienta que el proceso tuvo un sentido propio. En ese cruce entre técnica y cuidado aparece una idea más amplia de bienestar, una que empieza a alejarse del consumo rápido de servicios para acercarse a algo más sostenido.

Un salón que amplía su propio lenguaje

La reciente incorporación de un área VIP de faciales y head spa marca un punto de expansión dentro de la propuesta. Más que una nueva categoría de servicio, funciona como una extensión de su lenguaje: la belleza entendida como pausa, como espacio de desconexión y atención sensorial.





En este nuevo formato, el tratamiento deja de ser únicamente funcional y se integra a una experiencia diseñada con distintos niveles de estímulo. El ambiente, la música, la aromaterapia y los protocolos personalizados trabajan en conjunto para construir un entorno donde el tiempo parece adquirir otra lógica. No se trata de acumular elementos, sino de ordenar una experiencia que permita bajar el ritmo sin perder precisión en el cuidado estético.

Esa transición responde a un cambio más amplio en la manera en que las personas se relacionan con los servicios de belleza. Ya no buscan solo resultados visibles, sino espacios que ofrezcan una forma distinta de estar en pausa, aunque sea por un momento breve dentro de la rutina.

Entre la técnica y el bienestar cotidiano

La propuesta de Spot Salón se sostiene en una tensión constante entre técnicas perfeccionadas y experiencia emocional. Cada procedimiento, desde un retoque de color hasta un ritual de head spa, se piensa como parte de una misma conversación sobre bienestar, donde el resultado final no se mide únicamente en términos estéticos.

En ese equilibrio, el salón ha ido consolidando una visión donde la atención personalizada no es un diferenciador, sino una base. La experiencia se construye en función de cómo cada cliente se siente acompañada durante el proceso, y no solo del resultado visible al final de la visita. Esa decisión redefine el rol del espacio dentro de la vida cotidiana de quienes lo frecuentan, acercándolo más a un punto de pausa que a un servicio puntual.

En un contexto donde la industria de la belleza avanza hacia experiencias cada vez más diseñadas, Spot Salón se posiciona en una línea intermedia que no renuncia a la técnica, pero tampoco reduce su propuesta a ella. El resultado es un espacio que no busca imponer una idea única de belleza, sino abrir una forma más amplia de entenderla, una que se construye en la experiencia misma de habitarla por un momento.

En el fondo, lo que permanece no es solo lo que se ve al salir, sino la forma en que ese momento se integra a la rutina sin necesidad de explicaciones adicionales.



RÓ Design: El atelier que redefine el interiorismo boutique

La conversación sobre diseño interior personalizado ya no pasa únicamente por acabados impecables o referencias aspiracionales. Para Rosa Roncal, fundadora de RÓ Design Atelier, el verdadero desafío está en algo menos visible: lograr que un espacio tenga la capacidad de representar a quien lo ocupa. Esa búsqueda ha definido un estudio donde la estética nunca aparece desligada de la intención.

Entrevista: Oriana Pita / Fotos: Nasim Mubarak

Cuando un espacio deja de parecer ajeno

Para Rosa, la identidad de un lugar no se construye desde la obiedad. Existe una distancia importante entre diseñar algo que simplemente guste y crear un entorno capaz de generar reconocimiento personal. Esa diferencia parece sostener buena parte de la filosofía de RÓ Design Atelier, un estudio que entiende los espacios como extensiones emocionales antes que como ejercicios decorativos.

La interpretación ocupa un lugar cen-

tral dentro de su proceso creativo. Más que reproducir gustos o referencias visuales de un cliente, a Rosa le interesa comprender cómo quiere sentirse alguien dentro de un espacio, qué tipo de experiencia busca construir y de qué manera el entorno puede acompañar esa intención. Ahí aparecen elementos que suelen pasar desapercibidos, como la temperatura visual del color, la relación entre proporciones o la manera en que la luz puede modificar la sensación de permanencia. En esa suma de decisiones discretas es donde empieza a aparecer una

identidad auténtica.

La coherencia como gesto de sofisticación

Dentro de RÓ Design Atelier, cada decisión parece responder a una lógica que evita el exceso. La distribución, los materiales o la iluminación no aparecen como piezas independientes, sino como parte de una narrativa común donde todo necesita dialogar. En tiempos donde el diseño muchas veces cae en fórmulas visualmente efectistas, Rosa insiste en una idea menos inmediata: la coherencia sigue siendo una forma de sofisticación.

Ese enfoque se vuelve especialmente visible en proyectos colaborativos con marcas. En trabajos desarrollados junto a

firmas como SMEG o en espacios concebidos para Franz Viegner, el reto no ha estado en imponer una estética propia, sino en construir un lenguaje compartido. Para Rosa, el diseño pierde valor cuando compite por protagonismo. Lo importante es que la identidad de una marca encuentre un espacio donde pueda sentirse más clara, más consistente y, sobre todo, más memorable.

El lujo de sentirse representado

Mientras gran parte del mercado sigue persiguiendo tendencias, Rosa observa un cambio de sensibilidad. El diseño arquitectónico personalizado parece desplazarse hacia propuestas más íntimas, donde las personas buscan verse reflejadas en los espacios que habitan y no simplemente





te adaptarse a ellos. La conversación ya no gira únicamente alrededor de acabados o estilos, sino de representación.

Esa visión también redefine el papel del diseño como herramienta estratégica. Para Rosa, un espacio bien construido no solo acompaña un producto o un servicio, sino que condiciona la manera en que será percibido. Antes de cualquier conversación comercial, existe un primer contacto silencioso donde el entorno ya está comunicando algo. En un contexto atravesado por la imagen y las redes sociales, ese lenguaje visual se ha convertido en una forma de

posicionamiento tan relevante como cualquier campaña.

La visión de Rosa propone un diseño donde la estética no funciona como exceso, sino como lenguaje. Cada espacio es desarrollado con una intención precisa, buscando equilibrio entre sofisticación, emoción e identidad. El resultado son atmósferas con presencia propia, concebidas para generar una conexión inmediata y, sobre todo, memorable.



Creditomype: Seis años apostando por la confianza como modelo de expansión

La informalidad como punto de partida

En el Perú, hablar de emprendimiento suele implicar una narrativa aspiracional. Historias de esfuerzo, expansión y resiliencia repetidas hasta convertirse casi en un género propio. Pero el recorrido de Creditomype aparece desde otro ángulo: el de quienes operan fuera de la conversación financiera tradicional.

Silvestre descubrió esa dimensión en Gamarra, uno de los circuitos comerciales más intensos del país. Ahí entendió que la mayoría de pequeños comerciantes no quedaban excluidos por falta de ambición, sino por algo más estructural: informalidad, historial crediticio inexistente y sistemas diseñados para otro tipo de cliente.

La empresa nació en 2020, cuando el mercado todavía estaba atravesado por incertidumbre y parálisis. Mientras buena parte del sector financiero endurecía filtros,

Creditomype encontró espacio en quienes seguían necesitando capital para sostener negocios que no podían detenerse. “Un negocio sin capital tampoco progresa”, resume Silvestre. La frase podría sonar funcional si no estuviera respaldada por un contexto donde más del 80% de emprendedores opera informalmente.

Lo interesante es que la compañía no construyó su crecimiento desde la lógica del gran inversionista, sino desde operaciones de escala media y microcréditos que atienden a comerciantes, pequeños empresarios y emprendedoras que históricamente quedaron fuera del radar bancario.

Expandirse antes de saturarse

El crecimiento de las fintech en Perú convirtió el mercado en un territorio cada vez más competitivo. Plataformas digitales, campañas agresivas en redes sociales y modelos completamente remotos comenzaron a dominar la conversación. Creditomype eligió otra dirección. Mientras gran parte del sector centralizaba operaciones en Lima, la empresa empezó a abrir

sucursales en ciudades como Huancayo, Arequipa y Cusco. Próximamente, planea extenderse hacia Trujillo, Cajamarca y Tarapoto. No se trataba únicamente de expansión territorial. Había una lectura más específica detrás: entender que el crédito, especialmente fuera de la capital, todavía depende de vínculos presenciales.

En provincias, explica Silvestre, la confianza sigue siendo un factor decisivo. Un cliente necesita saber que existe una oficina, una persona y una estructura física detrás de la promesa financiera. En ese punto, la empresa encontró una ventaja que hoy considera parte esencial de su identidad.

La estrategia también redefinió su aproximación al marketing. Radios locales, activaciones en mercados, alianzas con asociaciones comerciales y oficinas móviles forman parte de una presencia diseñada para integrarse al ritmo cotidiano de cada ciudad, no para imponer un modelo limeño replicado mecánicamente.

Hay una diferencia importante entre di-

En un mercado donde el crédito suele funcionar desde la distancia y la desconfianza, Creditomype cumple seis años apostando por una lógica distinta. La empresa fundada por Alberto Silvestre nació en plena pandemia, pero su origen se remonta mucho antes, cuando a los 19 años abrió una tienda de zapatillas en Gamarra y entendió algo que no aparecía en ningún manual financiero: miles de emprendedores sobrevivían todos los días sin acceso real al sistema bancario. Hoy, con una cartera que supera los 120 millones de soles y sucursales en distintas regiones del país, la fintech peruana celebra un nuevo aniversario consolidando una idea que parecía perder espacio en el negocio financiero: crecer desde la cercanía.

Escribe: Nataly Vásquez / Fotos: Revista Signature



gitalizar un servicio y deshumanizarlo. Creditomype parece haber entendido esa tensión antes que varios de sus competidores.

El crédito como sistema, no como producto

Parte del crecimiento de la empresa también responde a una diversificación que evita depender de un único modelo financiero. Actualmente operan con tres líneas principales: préstamos con garantía hipotecaria, financiamiento con garantía vehicular y Hatun Warmi, un programa enfocado en mujeres emprendedoras con microcréditos accesibles.

El nombre —en quechua— no es casual. Tampoco lo es el enfoque. En un país donde gran parte de los pequeños negocios familiares son sostenidos por mujeres, el producto busca insertarse en un segmento históricamente desatendido por las estructuras financieras tradicionales.

Paralelamente, la compañía viene invirtiendo en desarrollo tecnológico con una plataforma propia que permite a sus clientes revisar estados de cuenta y gestionar operaciones digitales. El objetivo de mediano plazo es claro: convertirse en un neobanco.

Pero incluso ahí, la narrativa corporativa evita caer en el entusiasmo tecnológico que domina buena parte del ecosistema fintech regional. La tecnología aparece como herramienta de expansión, no como reemplazo de la relación con el cliente.

Quizá por eso Silvestre insiste tanto en la idea de sistema. Porque cuando habla del futuro de la empresa —una cartera de 500 millones y presencia en cinco países— no lo hace desde la lógica épica del emprendimiento latinoamericano, sino desde algo más operativo: un modelo que considera replicable.

En una región donde las economías informales sostienen buena parte de la actividad comercial diaria, el verdadero negocio no parece estar únicamente en prestar dinero. Está en entender cómo funciona la confianza cuando los grandes sistemas todavía dejan demasiadas puertas cerradas.